

О.М.Максимець

УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМ. ДМИТРА МОТОРНОГО

Кафедра суспільно-гуманітарних наук

О.М.Максимець

УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

Мелітополь, 2019

УДК 811.161.2'24(076.5)

М 17

Рекомендовано до друку рішенням методичної комісії
ННІ загальноуніверситетської підготовки
(протокол № 8 від 23.05.2019 року)

Рецензент:

*Митяй З. О., кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови
Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана
Хмельницького*

Максимець О. М.

Конспект лекцій з української мови (за професійним спрямуванням).
Мелітополь: ФО-П Однорог Т. В., 2019. 216 с.

Конспект лекцій з української мови (за професійним спрямуванням) розроблено відповідно до робочої програми дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» для студентів денної форми навчання.

Курс передбачає ознайомлення з мовним законодавством України, вивчення норм української літературної мови (орфографічних, пунктуаційних, лексичних, морфологічних, синтаксичних, стилістичних) у професійному спілкуванні, правил складання професійних документів, з'ясування особливостей усного професійного мовлення, особливостей використання лексики і фразеології в професійному спілкуванні, засвоєння відомостей про терміни, професіоналізми, номенклатурні назви, опанування основ науково-технічного перекладу.

Конспект лекцій призначений для студентів закладів вищої освіти та всіх, хто цікавиться діловим мовленням, дбає про підвищення своєї мовної культури.

© О. М. Максимець 2019

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Державна мова – мова професійного спілкування спілкування.....	7
Основи культури української мови.....	26
Етикет ділової людини	38
Спілкування як інструмент професійної діяльності.....	66
Риторика і мистецтво презентації.....	80
Культура усного фахового спілкування.....	97
Форми колективного обговорення професійних проблем.....	111
Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації.	126
Документація з кадрово-контрактних питань.....	150
Довідково-інформаційні, обліково-фінансові та розпорядчі документи.....	160
Службові листи як головний засіб встановлення офіційних та службових контактів між підприємствами, організаціями, фірмами та закладами.....	171
Українська термінологія в професійному спілкуванні.....	185
Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні.....	193
Основи науково-технічного перекладу	211

ВСТУП

Статус державності потрібен нашій мові, щоб після згубних браконьєрських літ повернути їй і природну роль, і силу, і престиж, повністю забезпечити їй право на життя у всіх сферах, на всіх рівнях.

О.Гончар

В умовах розбудови України, утвердження її на міжнародній арені, закріплення української мови як державної, розширення процесів демократизації нашого суспільства постала настійна потреба впровадження української мови в усі сфери життєдіяльності держави, забезпечення використання її у професійній діяльності кожного.

Завдання вищої школи – готувати фахівців нової генерації: кваліфікованих, грамотних, мовно компетентних, які б досконало, ґрунтовно володіли українською літературною мовою у повсякденно-професійній, офіційно-документальній сфері, зокрема набули навичок комунікативно виправданого використання засобів мови, оволоділи мовою конкретної спеціальності, фаху. Акцент переноситься з традиційної настанови — засвоєння відомостей про літературні норми усіх рівнів мовної ієрархії — на формування навичок професійної комунікації, студіювання особливостей фахової мови, на розвиток культури мови, мислення і поведінки особистості.

Отже, майбутнім фахівцям мова потрібна не як сукупність правил, а як система світобачення, засіб культурного співжиття в суспільстві, самоформування і самовираження особистості. Науково доведено, що стрижневими компонентами професійно-комунікативної діяльності є мовленнєва компетенція і компетентність.

Реалізація цього завдання у вищих навчальних закладах України здійснюється шляхом вивчення курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)». Зміст дисципліни покликаний не лише узагальнити й систематизувати знання з української мови, набуті студентами у школі, а й сформувати мовну особистість, обізнану з культурою усного і писемного мовлення, яка вміє в повному обсязі використовувати набуті знання, уміння і навички для оптимальної мовної поведінки в професійній сфері. Зрозуміло, що у цій програмі насамперед подано спільні для всіх сфер професійного спілкування рекомендації, тобто визначена загальна спрямованість курсу та обов'язковий обсяг знань, якими повинні оволодіти студенти. на основі програми викладач самостійно визначає теоретичний та практичний матеріал, враховуючи майбутній фах студента.

Отже, **метою курсу** є підвищення рівня загальномовної підготовки, мовної грамотності, комунікативної компетентності студентів, практичне оволодіння основами офіційно-ділового, наукового, розмовного стилів української мови, що забезпечить професійне спілкування на належному мовному рівні.

Мета навчальної дисципліни:

- формування комунікативної компетентності студентів;
- набуття комунікативного досвіду, що сприяє розвитку креативних здібностей студентів та спонукає до самореалізації фахівців, активізує пізнавальні інтереси, реалізує евристичні здібності як визначальні для формування професійної майстерності та конкурентоздатності сучасного фахівця;
- вироблення навичок оптимальної мовної поведінки у професійній сфері: вплив на співрозмовника за допомоги вмілого використання різноманітних мовних засобів, оволодіння культурою монологу, діалогу та полілогу; сприйняття й відтворення фахових текстів, засвоєння лексики і термінології свого фаху, вибір комунікативно виправданих мовних засобів, послуговування різними типами словників.

Завдання навчальної дисципліни:

- сформувати чітке і правильне розуміння ролі державної мови у професійній діяльності;
- забезпечити досконале володіння нормами сучасної української літературної мови та дотримання вимог культури усного й писемного мовлення;
- виробити навички самоконтролю за дотриманням мовних норм у спілкуванні;
- розвивати творче мислення студентів;
- виховати повагу до української літературної мови, до мовних традицій.
- сформувати навички оперування фаховою термінологією, редагування, коригування та перекладу наукових текстів.

До закінчення курсу студенти повинні:

- ґрунтовно засвоїти норми сучасної української літературної мови й практично оволодіти ними;
- правильно використовувати різні мовні засоби відповідно до комунікативних намірів; влучно висловлювати думки для успішного розв'язання проблем і завдань у професійній діяльності;
- сприймати, відтворювати, редагувати тексти офіційно-ділового й наукового стилів;
- скорочувати та створювати наукові тексти професійного спрямування, складати план, конспект, реферат тощо, робити необхідні нотатки, виписки відповідно до поставленої мети;
- складати різні типи документів, правильно добираючи мовні засоби, що репрезентують їх специфіку;
- послуговуватися лексикографічними джерелами (словниками) та іншою допоміжною довідковою літературою, необхідною для самостійного вдосконалення мовної культури.

Тема: «Державна мова – мова професійного спілкування»

План

1. Предмет і завдання курсу, його наукові основи.
2. Мова як суспільне явище. Основні функції мови
3. Поняття національної та літературної мови. Найістотніші ознаки літературної мови.
4. Специфіка мови професійного спілкування.
5. Мовні норми.

Рекомендована література

1. Богдан С. Мовний етикет українців: традиції і счасність. К.: Рідна мова. 1998. 476 с.
2. Ботвина Н. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови: Навчальний посібник. К.: Арт Ек, 1999.
3. Іванишин В., Радевич-Винницький Я. Мова і нація. Дрогобич, 1994.
4. Жанри і стилі в історії української літературної мови. К.: Наукова думка. 1989. 288 с.
5. Конституція України. К., 1996.
6. Культура української мови: Довідник. К.: Либідь, 1990. 304 с.
7. Масенко Л. Мова і політика. К., 1999.
8. Радчук В. Мова в Україні: стан, функції, перспективи // Мовознавство. 2002. № 2-3.
9. Тараненко О.О. Українська мова і сучасна мовна ситуація в Україні // Мовознавство. 2001. № 4.
10. Царук О. Українська мова серед інших слов'янських. Етнологічні та граматичні параметри. Дніпропетровськ, 1998.

1. Предмет і завдання курсу, його наукові основи.

Метою курсу є підвищення рівня загальномовної підготовки, мовної грамотності, комунікативної компетентності студентів, практичне оволодіння основами офіційно-ділового, наукового, розмовного стилів української мови, що забезпечить професійне спілкування на належному мовному рівні.

Мета навчальної дисципліни: формування комунікативної компетентності студентів; набуття комунікативного досвіду, що сприяє розвитку креативних здібностей студентів та спонукає до самореалізації фахівців, активізує пізнавальні інтереси, реалізує евристичні здібності як визначальні для формування професійної майстерності та конкурентноздатності сучасного фахівця; вироблення навичок оптимальної мовної поведінки у професійній

сфері: вплив на співрозмовника за допомоги вмілого використання різноманітних мовних засобів, оволодіння культурою монологу, діалогу та полілогу; сприйняття й відтворення фахових текстів, засвоєння лексики і термінології свого фаху, вибір комунікативно виправданих мовних засобів, послуговування різними типами словників.

Завдання навчальної дисципліни: сформувати чітке і правильне розуміння ролі державної мови у професійній діяльності; забезпечити досконале володіння нормами сучасної української літературної мови та дотримання вимог культури усного й писемного мовлення; виробити навички самоконтролю за дотриманням мовних норм у спілкуванні; розвивати творче мислення студентів; виховати повагу до української літературної мови, до мовних традицій. сформувати навички оперування фаховою термінологією, редагування, коригування та перекладу наукових текстів.

До закінчення курсу студенти повинні: ґрунтовно засвоїти норми сучасної української літературної мови й практично оволодіти ними; правильно використовувати різні мовні засоби відповідно до комунікативних намірів; влучно висловлювати думки для успішного вирішення проблем і завдань у професійній діяльності; сприймати, відтворювати, редагувати тексти офіційно-ділового й наукового стилів; скорочувати та створювати наукові тексти професійного спрямування, складати план, конспект, реферат тощо, робити необхідні нотатки, виписки відповідно до поставленої мети; складати різні типи документів, правильно добираючи мовні засоби, що репрезентують їх специфіку; послуговуватися лексикографічними джерелами (словниками) та іншою допоміжною довідковою літературою, необхідною для самостійного вдосконалення мовної культури.

2. Мова як суспільне явище. Основні функції мови

Мова – одне з найбільших надбань усього народу і кожної людини зокрема. Ми з дитинства засвоюємо найпростіші формули спілкування і впродовж життя, пізнаючи світ, поповнюємо свій словник найрізноманітнішими мовновиражальними засобами. В сучасному глобалізованому світі бурхливого розвитку науки й техніки мова залишається одним із важливих джерел інформації, це ключ до професійних знань. Саме у мові віддзеркалюється інтелект людини, її освіченість, мислення, світосприйняття, мораль.

Мова та література в системі культурних цінностей українського суспільства є найсуттєвішими складовими. Нормальний розвиток мови – це одна з передумов здорового розвитку нації, утвердження естетичних і

моральних ідеалів. Література й мова – духовні підвалини нації, без яких вона не може розвиватися в інших сферах суспільного життя.

Мова – явище суспільне, що виникає, розвивається, живе й функціонує в суспільстві. Зв'язок мови і суспільства обопільний, оскільки мова – найважливіше знаряддя соціалізації людини. З одного боку, мова створюється і розвивається суспільством, з другого – без мови не було б суспільства. Суспільство обслуговують, крім мови, й інші явища – наука, техніка, ідеологія, культура, релігія тощо, однак мова виокремлюється з усіх інших суспільних явищ, бо вона обслуговує всі без винятку сфери життя та діяльності людини.

Мова є універсальним засобом спілкування, мислетворення, інтелектуального та естетичного освоєння світу, нагромадження і збереження людського досвіду, а також умова подальшого поступу всього людства.

Мова лежить в основі духовного єднання людей у певну спільноту. Як зазначав І.Огієнко: „В мові наша стара й нова культура, ознака нашого національного визнання... І поки живе мова – житиме й народ, як національність”. У мові виявляється генотип нації, досвід її буття, закладено код нації, її ментальність. Мова – найважливіша ознака нації та засіб репрезентації її у світі, вона є необхідною умовою як існування самого народу, так і його культури. Мову І.Франко назвав “коштовним скарбом народу”, Олесь Гончар – “генофондом культури”, а М.Рильський – основою духовного життя.

Мова – це система звукових, письмових знаків або символів, що служать засобом людського спілкування, мислительної діяльності, способом вираження самосвідомості особистості.

Мова є головною формою національної культури й насамперед першоосновою літератури. Словесна творчість народу – це його характер, його пам'ять, історія й духовна могутність. Стан літератури в суспільстві відбиває стан мовного самовиявлення народу в найширшому розумінні цього слова. Література підвищує інтелектуальний рівень особистості, збагачує словниковий запас мовця, розвиває творчу уяву, мислення, що вкрай необхідне людині як у навчальній, так і в подальшій професійній діяльності.

На всій території нашої держави українська літературна мова функціонує в усній та писемній формах.

Писемна форма літературної мови функціонує у сфері державної, політичної, господарської, наукової і культурної діяльності.

Усна форма літературної мови обслуговує безпосереднє спілкування людей, побутові й виробничо-професійні потреби суспільства.

Обидві форми свідчать про їх єдність, що зумовлене характером мовного матеріалу, адже будь-яке слово можна реалізувати усно, вимовити, а можна й

записати. Обидві форми мають свою специфіку в дотриманні норм літературної мови, використанні стилістичних засобів.

Обидві форми дуже важливі для розвитку мови. Усна мова, яку постійно збагачують, є джерелом розвитку писемної. У писемній мові закріплено традиційні мовні засоби зразкового висловлювання. Від уміння вільно висловлюватися усно й писемно залежить успіх спілкування мовців у найрізноманітніших комунікативних ситуаціях.

Роль і місце української мови визначається особливостями мови як могутнього націє- й державотворчого фактора, вагомим чинником формування особистості громадянина України. Мовознавці визнають українську мову однією з найрозвиненіших мов світу. Серед 40 найпоширеніших мов світу вона посідає 26-е місце. У світі українську мову знають та шанують, захоплюються її мелодійністю, фонетичною розкішшю, лексичним і фразеологічним багатством, величезними словотвірними можливостями, синтаксичною гнучкістю. На конкурсі мов, який проходив у Парижі 1934 року, вона посіла 3-є місце після французької та перської мов.

За даними лінгвістів, українська мова має 41 мільйон носіїв – в Україні, США, Канаді, країнах Євросоюзу, Латинській Америці, Австралії та Російській Федерації. На європейському континенті українська мова за кількістю носіїв посідає 8-е місце після іспанської, англійської, португальської, російської, німецької, французької, польської.

Отже, мова – це дзеркало національної ментальності, важливий чинник консолідації народу, об'єднання громадян у державі для забезпечення їх економічного, політичного, правового та культурного життя.

Жодне суспільство, на якому б рівні розвитку воно не перебувало, не може існувати без мови. Обслуговуючи потреби суспільства, мова виконує цілу низку функцій, життєво важливих для суспільства взагалі, окремих груп і для кожного носія мови зокрема.

Функції мови, як суспільного явища, відбивають особливості історії народу – носія національної мови, характер мовної ситуації в суспільстві.

Функції мови – це призначення, роль, завдання, що їх виконує мова в суспільному вжитку.

Основні функції мови:

Комунікативна функція. Мова – найважливіший засіб спілкування і порозуміння між людьми. Це одна з найголовніших соціально-практичних функцій мови. Їй так чи інакше підпорядковані всі інші функції. Вона є важливою для кожної людини, для існування суспільства й для життя самої мови: мова, якою не спілкуються, стає мертвою; народ, який утрачає свою мову, зникає.

Мова – засіб обміну інформацією в усіх суспільно важливих сферах комунікації: політиці, науці, у галузі економіки, виробництва і діловій сфері, в освіті, культурі та ін.

Мова – це універсальний засіб спілкування. Невербальна (несловесна) комунікація є похідною від мовної комунікації, бо всі можливі знаки і сигнали нам щось „промовляють”.

Мислетворча функція. Мова – засіб людського мислення: творення, оформлення і вираження думки. Мислення є конкретне й абстрактне. Тому мислити означає оперувати поняттями у мовній формі, у мовному вираженні. Мислення – це внутрішнє мовлення. Мислить людина тією мовою, яку знає найкраще, – рідною. Отже, сам процес мислення має суто національну специфіку, яка зумовлена національним характером мови. В народі кажуть: „Хто ясно думає, той чітко висловлюється”.

Номінативна функція. Мова є засобом називання всіх предметів, ознак, дій, кількості, всього навколишнього світу, реальних та ірреальних сутностей. Цей процес науковці називають лінгвалізацією, або омовленням світу. Завдяки цій функції, мову можна розглядати як окрему своєрідну картину світу, що відображає національне світобачення і світовідчуття. Разом з іншими факторами етнотворення мова формує національний менталітет, національну культуру і духовність нації. Мовці намагаються в усіх сферах спілкування творити назви своєю мовою. Хоча немає в світі мов, які б не запозичували назв з інших мов. Але якщо запозичень занадто багато, виникає загроза втратити самобутність своєї мови. А тому доля кожної мови, навіть найменшої й найекзотичнішої, має бути об’єктом постійної турботи не тільки носіїв цієї мови, але і людства в цілому та кожної порядної людини зокрема.

Пізнавальна функція. Мова – засіб пізнання світу й накопичення людського досвіду. На відміну від інших істот, людина користується не лише індивідуальним досвідом і знаннями, а усім набутком своїх попередників та сучасників, тобто суспільним досвідом, але за умови досконалого знання мови, й бажано не однієї. Пізнаючи будь-яку мову, людина пізнає різнобарвний світ крізь призму саме цієї мови. А оскільки кожна мова є неповторною картиною світу – зникнення якоїсь із них збіднює уявлення людини про багатогранність світу, звужує її досвід.

Культурологічна функція. Культура кожного народу дістала відображення і фіксацію найперше в його мові. Для глибинного пізнання нації необхідне знання її мови, яка виконує функції своєрідного каналу зв’язку культур між народами. Пропагуючи свою мову в світі, ми пропагуємо власну культуру, її надбання, збагачуючи світову культуру. Культурологічна функція реалізується і на особистісному рівні. Людина, пізнаючи мову свого народу, прилучається до

джерел духовної нації, з часом стає її носієм і навіть творцем. Це право й обов'язок кожного та водночас усіх – надійний показник реального, а не лише декларованого патріотизму. Через мову передається й естафета духовних цінностей від покоління до покоління. Що повнокровніше функціонує в суспільстві мова, то надійніший зв'язок та багатша духовність наступних поколінь.

Естетична функція. Мова – засіб творення позитивних емоцій, краси. Існування мови у фольклорі, красному письменстві, театрі, пісні тощо дає підстави твердити, що вона є першоджерелом культури, оскільки водночас є і знаряддям, і матеріалом створення культурних цінностей. У живому мовленні мова виконує в основному комунікативну функцію. У художньому творі головне призначення мови – образотворення. Адже за допомогою мовних образів художнього твору відбувається „спілкування” митця з читачем. Ключем до образної структури твору, його ідейно-естетичного потенціалу є мова тексту. Що краще знаємо мову, то повніше розкриваються перед нами глибини твору. Виховання відчуття краси мови – основа будь-якого естетичного виховання, що найвиразніше проявляється при сприйнятті ораторського та художнього, зокрема поетичного, мовлення.

Експресивна функція. Мова є універсальним засобом вираження внутрішнього світу людини. Вона дає можливість перетворити внутрішнє, суб'єктивне у зовнішнє, об'єктивне, доступне для сприйняття. Мову використовують не лише для простого повідомлення, а й для вияву своїх переживань, почуттів, емоцій. Уся система мовних засобів, що висловлюють світ емоцій, віддзеркалює неповторність світобачення і світовідчуття української нації, особливості морально-етичних принципів та релігійних настанов.

Ідентифікаційна функція. Мова є засобом ототожнення в межах певної спільноти. Вона єднає між собою представників певної нації у часі й просторі. Завдяки мові, ми, сучасники, відчуваємо свою спільність і зі своїми попередниками, і з нащадками, і з тими, хто перебуває поряд, і з тими, хто в інших краях. Кожна людина має своєрідний індивідуальний мовний „портрет”, мовний „паспорт”, у якому відображено всі її національно-естетичні, соціальні, культурні, духовні, вікові та інші параметри. Цю функцію можна назвати об'єднуючою, адже є багато людей неукраїнського походження, які стали українцями за духом, бо сприйняли з українською мовою культуру, весь світ українства.

Це перелік лише основних функцій мови, але він далеко не повний. Крім названих, ще можна вказати на етичну (мова – засіб дотримання норм поведінки, моральних правил); фатичну (контактновстановлювальну) –

звертання на себе уваги, підготовка співрозмовника до сприйняття інформації, волюнтативну (мова є вираженням волі щодо співрозмовника; прохання, запрошення, порада, спонукання тощо); виховну (слово прищеплює моральні принципи, виховує національно свідомого громадянина); державотворчу (мова є виявом саморозвитку держави) тощо.

Оскільки мова – явище системне, всі її функції виступають не ізольовано, а проявляються в тісній взаємодії. Повнота виконання функцій означає ефективність мовоіснування.

3. Поняття національної та літературної мови. Найістотніші ознаки літературної мови.

Мова – найважливіший засіб спілкування людей, тобто засіб вираження і передавання думок, почуттів, волевиявлень.

Мова – суспільне явище, що виникає, розвивається, живе і функціонує в суспільстві.

Форма існування мови – мовлення, тобто різноманітне використання мови в усіх сферах громадського та особистого життя.

Державною мовою в Україні може бути лише літературна українська мова як мова корінного народу.

Національна мова – це мова, що є засобом усного й писемного спілкування нації. Національною мовою української нації є українська мова. Формування української національної мови відбувалося на основі мови народності в період інтенсивного становлення української нації (друга половина 18 – початок 19 ст.) як стійкої спільності людей, що мають спільну територію, економічні та політичні зв'язки, літературну мову, культуру.

Поняття «національна мова» охоплює всі мовні засоби спілкування людей – літературну мову та діалекти.

Діалект (від грец. *dialektos* – розмова, говір, наріччя) – це різновид національної мови, вживання якого обмежене територією чи соціальною групою людей. Відповідно розрізняють територіальні та соціальні діалекти.

Територіальний діалект – засіб спілкування людей, які об'єднанні спільною територією, елементами матеріальної і духовної культури, історико-культурними традиціями, самосвідомістю.

Наріччя – сукупність структурно близьких діалектів.

Сукупність усіх наріч – діалектна мова.

Наріччя діалектної мови:

- *північне* (східнополіський, середньополіський, західнополіський діалекти);
- *південно-східне* (середньонаддніпрянський, слобожанський, степовий діалекти);

- *південно-західне* (лемківський, надсянський, закарпатський, покутсько-буковинський, гуцульський, бойківський, наддністрянський, волинський, подільський діалекти).

Територіальні діалекти лягли в основу національної мови.

Соціальний діалект – відгалуження загальнонародної мови, вживане в середовищі окремих соціальних, професійних, вікових та інших груп населення, тобто має виразну корпоративно-групову форму його породження та існування. Мова суспільства залежить від розвитку продуктивних сил. Тому соціально-діалектні відмінності в межах національної мови зберігаються, на відміну від територіально-діалектних, які поступово нівелюються.

Літературна мова – унормована, загальноприйнята форма народної мови, яка відіграє провідну роль у складі національної мови.

За функціональним призначенням – це мова державного законодавства, засіб спілкування людей у виробничо-матеріальній і культурній сферах, мова освіти, науки, мистецтва, засобів масової інформації.

Поділ мови на літературну та народну означає тільки те, що ми маємо так би мовити, мову «сиру» і оброблену майстрами.

Окремі фонетичні риси укр. мови виявляються у Галицько-Волинському літописі (13 ст.), хоча першою пам'яткою, яка відбивала усі фонетичні та морфологічні особливості УЛМ, вважають Пересопницьке Євангеліє (1556-1561).

Історично в Україні існувало два типи літературної мови: слов'яноруська (взаємодія церковнослов'янської та давньоруської книжної мови) та староукраїнська (проста, руська, діалект руський), що розвинулась на основі книжної давньоруської мови і живого українського народного мовлення. Першу використовували в конфесійній літературі, а другу – у ділових паперах, літописах, полемічній і навіть релігійній літературі. Ця мова була державною не лише в Україні, а й Литві та Молдавському князівстві. За словами І. Огієнка, «Мова вкраїнська зробилася тоді державною мовою, нею вчили по школах, нею вчили по церквах, нею суд вели і нашою мовою балакали тоді і вища старшина, і в королівським палаці».

Зразком староукраїнської мови є художні твори українського філософа, поета 2 половини 18 століття Г.Сковороди. Мову творів Сковороди мовознавець Ю.Шевельов назвав «мовний Еверест».

*Всякому городу нрав и права;
Всяка имеет свой ум голова;
Всякому сердцу своя есть любовь,
Всякому горлу свой есть вкус каков.*

Українській літературній мові випадало залишатися на цій вершині або спуститися вниз, наблизитися до народних джерел. Народ у той час говорив інакше, про що свідчили українські народні пісні 17ст. («Їхав козак за Дунай», «Ой, не ходи, Грицю» та ін.), народні думи. Саме мову простих полтавчан відтворив Котляревський, пишучи «Енеїду» (1798), яка поклала початок новій СУЛМ.

*Еней був парубок моторний
І хлопець хоч куди козак,
Удавсь на всеє зле проворний,
Завзятіший од всіх бурлак.*

І. Котляревського вважають зачинателем нової УЛМ, традиції якої продовжили Г. Квітка-Основ'яненко, Є. Гребінка, П. Гулак-Артемівський. Основоположником сучасної УЛМ є Т.Шевченко. Саме він став реформатором УЛМ, творцем нової української літератури. Заслуга Т.Шевченка перед українською культурою полягає насамперед у тому, що він надав літературній мові внутрішньоестетичної впорядкованості, збагативши народну мову органічним введенням у неї елементів з інших джерел і тим самим віддаливши мову літератури від побутової мови. Коли в українців з'явився Т. Шевченко, питання про те, бути українській мові, українській культурі, перестало існувати. Він став виразником дум і прагнень укр. народу, заявивши про це на весь голос:

*Возвеличу малих рабів отих німих.
Я на сторожі коло них поставлю слово!*

На 20-40 роки 19 ст. припадають спроби граматичного вивчення української мови. Вагому роль відіграла 1-ша граматика української мови О. Павловського «Грамматика малороссийского наречия» (1818).

Єдності УЛМ домогтися було дуже важко. На початку 20 ст. Наддніпрянщина користувалася мовою Т. Шевченка, Галичина й Буковина – галицьким варіантом, Закарпаття – «русинською» мовою. Який з цих варіантів був в офіційному вжитку? Якоюсь мірою всі три.

У 1921 році при АН створений Інститут української мови, посилено роботу над впорядкуванням українського правопису, підготовкою термінологічних словників. Образно про сторінки історії української мови писала Л. Костенко:

*Я скоро буду виходити на вулиці Києва
з траурною пов'язкою на рукаві –
умирає мати поезії мого народу!
Усе називається Україною –
універмаг, ресторан, фабрика.
Хліб український,*

*телебачення теж українське.
На горілчаній етикетці
експортний гетьман з булавою.
І тільки мова чужа у власному домі.
У шовінізму кігті підсвідомі.*

Масовими стали випадки відмови від вивчення української мови в середніх школах. Наслідком існування СРСР стала повна русифікація населення великих міст східних та південних областей України, зменшення українських шкіл у Харкові, Києві, Черкасах, Сімферополі та ін.

Тому 1989 року виникла потреба у зв'язку зі змінами в політичному житті країни надати українській мові державного захисту. Прийнятий 28 жовтня 1989 року Закон «Про мови в УРСР» закріпив державний статус української мови, гарантував всебічний її розвиток і функціонування в усіх сферах суспільного життя.

Основні тенденції розвитку УЛМ.

На сучасному етапі спостерігаються такі основні тенденції розвитку української літературної мови:

1. Поповнення української мови великою кількістю номінативних словосполучень, що відображають реалії економічного, політичного, культурного життя сучасної України, напр.: ринкові відносини, правова держава, соціальний захист ...

2. Переміщення певної частини спеціальної лексики до розряду широковживаної: емісія, ліцензія, менеджер, законопроект, плюралізм, ротація, толерантний ...

3. Простежуються явища, які нівелюють національні риси української мови – «засмічення» іншомовними словами, і це при тому, що існують українські назви: ноу-хау (знаю як), дивіденд (прибуток), брифінг (зустріч)...

4. Намагання вилучити зі словника ті іншомовні слова, які стали органічними її елементами, і замінити їх штучно створеними. особливо в галузі термінології та професійної лексики: вертоліт – гвинтокрил; фотографія – світлина; слайд – прозірка ...

5. Зближення діалектів з УЛМ.

6. Зростання зацікавленості у вивченні мови громадян інших країн з метою навчатися, працювати чи навіть отримати українське громадянство.

Найістотніші ознаки літературної мови.

Літературна мова характеризується такими ознаками:

- унормованість – чіткі, обов'язкові правила вимови звуків, наголошування, вживання слів, творення та використання граматичних форм, синтаксичних конструкцій.

■ стандартність – збереження внутрішньої єдності та цілісності, незважаючи на різноманітність мовних засобів, функціонально-стилістичних варіантів.

■ наддіалектність – СУЛМ сформувалася на основі середньонаддніпрянських говірок, але в процесі свого розвитку вийшла за межі одного діалектного масиву, збагатилася мовними одиницями з інших діалектів і розширила сферу вживання на всю територію України.

■ поліфункціональність – здатність виконувати різні функції. Літературна мова може передавати найрізноманітнішу інформацію в різних сферах суспільного життя, тому що володіє великим багатством мовновиражальних засобів.

■ стилістична диференціація – ознака високорозвиненої літературної мови, відбиває багатство матеріальної і духовної культури народу. Функціонуючи у різних сферах суспільного життя, мова набуває типових ознак. Їх носії мови усвідомлюють як певні мовні одиниці за функціональним призначенням у відповідні структури – функціональні стилі.

■ наявність усної та писемної форм вираження. Форми відрізняються одна від одної способом передавання мовлення: усна форма пов'язана з вимовою звуків і їх акустичним сприйняттям; писемна – з графічним відображенням мовлення і читання.

Варто знати деякі шляхи наближення писемного мовлення до усного.

Способи наближення писемного мовлення до усного

1. Замінити довгі речення короткими.

2. Обов'язково використовувати звертання до слухачів.

3. Вживати вставні слова, які допомагають впорядковувати послідовність викладу думок (по-перше, по-друге, наступне), висловити власну оцінку повідомлюваного (на нашу думку, як бачимо, можна сказати), зберігати смислові, причинно-наслідкові зв'язки (отже, таким чином, можна зробити висновок, загалом).

4. Ставити прямі та непрямі запитання (вони сприяють активізації уваги слухачів), наприклад: Які форми існування літературної мови знаємо? І одночасно давати відповіді на них: Існує дві форми реалізації літературної мови – усна та писемна.

5. Обов'язково робити паузи між частинами тексту, щоб дати слухачам можливість осмислити почуте. Темп мовлення варто обрати середній. Взятую тональність (робоча чи урочиста, піднесена чи буденна) треба зберігати протягом усього виступу.

6. Не вживати над міру слів іншомовного походження та вузькоспеціальних слів-термінів або коротко пояснити зміст використаних.

7. Намагатися замінити віддієслівні іменники дієсловами, які роблять усне мовлення динамічним, порівняємо: Це може бути свідченням завершення формування першої стадії. – Це свідчить про завершення формування першої стадії.

8. Дієприкметникові та дієприслівникові звороти краще замінити окремими реченнями, порівняємо: Починаючи вивчати проблему, спочатку опрацюйте необхідну літературу. – Коли починаєте вивчати проблему, спочатку опрацюйте потрібну літературу.

9. Зайвий раз не ускладнювати речення, порівняємо: Цей факт можна оцінити як нагадування. – Цей факт є нагадуванням.

10. Якомога менше вживати цифрових даних. Якщо це неможливо, то будувати речення так, щоб числівники були у формі називного відмінка, порівняємо: Дефіцит вимірюється 6 мільйонами 924 тисячами 549 гривнями. – Дефіцит становить 6 мільйонів 924 тисячі 549 гривень.

4. Специфіка мови професійного спілкування.

Мова професії є важливим функціональним компонентом професійного спілкування спеціалістів, а її опанування є першочерговим завданням будь-якого фахівця. На сучасному етапі особлива увага науковців спрямована на вивчення спеціальної (професійної) мови, яка обслуговує професійну сферу спілкування. Знаменним є те, що для позначення цього функціонального різновиду літературної мови існує велика кількість термінів як, наприклад, «професійна мова», «спеціальна мова», «мова професійного спілкування» або «мова для спеціальних цілей», кожен з яких відповідає змісту феномену мови, що обслуговує сферу професійного спілкування.

Мова професійного спілкування – це лінгвістично організована система мовлення, що використовується представниками певної галузі для спілкування в ситуаціях, які безпосередньо пов'язані з професійними аспектами (навчально-виробничими, науково-виробничими, виробничими, науковими) трудової діяльності.

До факторів, які визначають зміст професійно орієнтованого навчання мови професійного спілкування, належать сфери професійно орієнтованого спілкування (виробнича, виробничо-комерційна, науково-виробнича, наукова) а також професійно детерміновані (соціально-політична, соціально-культурна і побутова сфери спілкування фахівця).

Мова, будучи інструментом людської діяльності, несе на собі відбиток впливу тих, хто нею користується, та акумулює їх досвід. У цьому контексті мова професійного спілкування не є винятком. Завданням внз є підготовка висококваліфікованих працівників, які повинні володіти вміннями, навичками

професійного спілкування з метою ефективного застосування набутих знань у сфері своєї діяльності.

Під професійним спілкуванням майбутнього працівника розуміємо мовленнєву взаємодію фахівця у сфері діяльності з його колегами, партнерами чи клієнтами в процесі здійснення професійної діяльності. Мова професійного спілкування є поліфункціональною підсистемою літературної мови і виконує загальномовні та специфічні функції.

Такими функціями є: 1) номінативна (називання фахових реалій і понять); 2) пізнавальна (знаряддя й спосіб фахового пізнання, запам'ятовування, оволодіння фаховим досвідом); 3) аксіологічна (фахове та морально-етичне оцінювання); 4) комунікативна (спілкування в професійній сфері); 5) культурносна (збереження й передавання фахових знань і культури професійного спілкування); 6) естетична (мовностилістична довершеність текстів).

В основу мови професійного спілкування покладена сучасна літературна мова. Проте в конкретній професійній мовленнєвій ситуації вона змістово редукується (зменшується, спрощується), залежно від галузі знання і предмета спілкування стає монотематичною, збагачується професійною лексикою і фразеологією. Це відбувається лише тоді, коли суб'єкти комунікації переходять на професійний рівень свідомості.

Ефективне ділове спілкування базується на: знанні основ психології спілкування та теорії комунікації (вміння розбиратись у людях та будувати оптимальні відносини з ними); дотриманні етики ділового спілкування (дотримання норм та правил, що регулюють поведінку людей в процесі їх виробничої діяльності).

Професійне спілкування, як власне і будь-яке інше спілкування, поділяється на мовне та немовне.

Форми мовного спілкування:

- монологічна (говорить один учасник спілкування);
- діалогічна (розмовляють, як правило, двоє осіб);
- полілогічна (розмовляють троє і більше учасників).

Проте, зазначимо, що «полілог» є діалогом, у якому бере участь більше ніж двоє учасників. Тому не виносимо його як окрему форму спілкування, а вважатимемо його підвидом діалогу. З-поміж найбільш поширених форм монологічного професійного спілкування слід виділити доповідь, усний звіт, публічний виступ, тоді як ділову бесіду, професійну дискусію, ділові переговори, ділову нараду, службову телефонну розмову вважатимемо найбільш поширеними формами діалогічного професійного спілкування зі своїми колегами, партнерами, конкурентами тощо.

Правильна організація спілкування комунікантів у виробничих умовах є запорукою ступеня їх порозуміння з колегами, партнерами чи клієнтами і високої результативності діяльності підприємства чи організації. Обрання ефективної форми спілкування у тій чи іншій професійній ситуації допоможе заощадити час, налагодити співпрацю з іншими підприємствами та забезпечити розуміння поданих ідей партнерами чи клієнтами.

Вивчення мови професійного спілкування та опанування форм професійного мовного спілкування відбувається паралельно з опануванням стандартизованих норм мовленнєвої поведінки, якими керується людина при визначенні шаблону своєї поведінки у певній ситуації. Щоразу ми повторюємо стереотипи поведінки, які автоматично використовуємо у разі необхідності, дотримуючись встановлених суспільством обмежень. Такими рамками, а точніше, системою правил культури людини та її поводження є етикет. Етикетом вважають набір правил, який регулює зовнішню поведінку людини згідно певних соціальних вимог. Мовленнєвий етикет як система правил, що регулює мовленнєву поведінку, є обов'язковою складовою професійної етики фахівця та засобом встановлення контакту зі співбесідниками та підтримання спілкування у певній тональності. За умови поєднання встановлених норм мовленнєвої поведінки для конкретної ситуації з раціональністю, працівник зможе без особливих зусиль скористатись визначеними формами загальноприйнятої ввічливості для спілкування зі своїм діловим партнером. Професійний мовленнєвий етикет працівника складається з великої кількості етикетних формул, а його структуру зумовлюють такі основні елементи комунікативних ситуацій, як привітання, знайомство, прощання, побажання, прохання, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова тощо. Тобто, складовими професійного мовленнєвого етикету є умовні стереотипи спілкування, основою яких є бажання досягти порозуміння.

З-поміж основних комунікативних умінь працівника варто виділити такі, як:

- уміння розуміти та реагувати на сказане співрозмовником у професійних ситуаціях спілкування (на основі знань мови професії та навичок застосування професійної термінології працівник може побудувати ефективну комунікативну взаємодію, яка передбачає як розуміння поданої співрозмовником інформації, так і певну реакцію у відповідь);
- уміння прогнозувати розвиток діалогу та реакцію співрозмовника (використання знань психологічних особливостей особистості, технік ведення діалогу та професіограм різноманітних професій допоможе працівнику передбачити розвиток діалогу ще на його початковій фазі та наперед визначити можливі варіанти відповідей співрозмовника з метою

уникнення непорозуміння чи одержання небажаного результату комунікативної співпраці);

- уміння направляти діалог, враховуючи цілі професійної діяльності (іноді, маючи на меті досягнення певного результату, працівник може спрямовувати діалог у потрібне йому русло завдяки знанням діалогічних форм професійного мовного спілкування та володінню технікою їх ведення);
- уміння створити та підтримувати доброзичливу атмосферу спілкування (використання знань стандартизованих норм мовленнєвої поведінки та мовленнєвого етикету ділового спілкування допоможуть працівнику позитивно налаштувати співрозмовника, створивши сприятливий психологічний клімат та виявивши таким чином своє добре ставлення до партнера по спілкуванню).

В такій атмосфері, яка сприятиме досягненню необхідних результатів, розмова набуде невимушеності, а співпраця буде ефективнішою). Отже, на сучасному етапі, коли країна потребує висококваліфікованих працівників, які могли б вивести її з кризового стану та забезпечити стабільний економічний розвиток, виникає об'єктивна необхідність спрямувати абітурієнта, який обирає ту чи іншу професію та студентів, що здобувають вищу освіту, на врахування наявності чи відсутності у них низки професійних якостей та комунікативних знань, умінь та навичок, які у майбутньому сприятимуть або ж ускладнюватимуть успішність виконання завдань їх професійної діяльності. Адже продуктивність підприємства безпосередньо залежить від рівня володіння фахівцем уміннями професійної діяльності та навичками професійного спілкування, отриманими у студентські роки, від його почуття відповідальності та творчого підходу до справи.

5. Мовні норми

Українська літературна мова як вища форма загальнонародної національної мови характеризується наявністю сталих норм, які є обов'язковими для всіх її носіїв.

Унормованість – основна ознака літературної мови.

Норма літературної мови – це сукупність загальноприйнятих правил реалізації мовної системи, закріплених в процесі суспільної комунікації.

Результатом визнання літературних норм є їх кодифікація у словниках і граматиках, що фіксують усталені мовні явища.

Розрізняють такі типи норм: орфоепічні, акцентуаційні, графічні, лексичні, граматичні, стилістичні, орфографічні та пунктуаційні.

У сучасній українській літературній мові розрізняють такі **типи норм**:

1. Орфоепічні (норми правильної вимови), наприклад:

- тверда вимова шиплячих: чай, чому, Польща (а не чьай, чьому, Польщя);
- дзвінкі приголосні в кінці слова або складу не оглушуються: гриб, репортаж, любов, раз, лід (а не грип, репорташ, любоф, рас, літ);
- голосний *о* ніколи не наближається до *а* : молоко, потреби, дорога (а не малако, патреби, дарога);
- літера *щ* передає звуки *шч*: вищий, що (а не висий, шо);
- буквосполучення *дж*, *дз* передають злиті звуки: сиджу, кукурудза (а не сижу, кукуруза);
- літера *г* передає звук *г*: обґрунтування, татунок (а не обгрунтування, гатунок).

2. Акцентуаційні (норми правильного наголошування), наприклад: *ненависть, середина, новий, близький, чотирнадцять, текстовий, мабуть, завжди, літопис, байдуже, випадок, ідемо, підуть, разом, приятель, показ.*

3. Морфологічні (норми правильного вживання відмінкових закінчень, родів, чисел, ступенів порівняння і под.), наприклад:

- вживання закінчень кличного відмінка: *пане професоре, Андрію Петровичу, Ольго Василівно, добродію Панчук;*
- вживання паралельних закінчень іменників у давальному відмінку: *декану і деканові, директору і директорові, сину і синові;* при цьому, називаючи осіб, слід віддавати перевагу закінченням *-ові, -еві*, наприклад: *панові Ткаченку, ректорові, але заводу, підприємству, відділу* тощо. У випадку, коли кілька іменників–назв осіб підряд стоять у давальному відмінку, закінчення потрібно чергувати: *генеральному директорові Науково–дослідного інституту нафти і газу панові Титаренку Сергію Олександровичу;*
- вживання іменників чоловічого роду на позначення жінок за професією або родом занять: *професор Городенська, лікар Тарасова, заслужений учитель України Степова, декан Світлана Шевченко, викладач Олена Петрук* (слова *лікарка, викладачка, завідувачка* і под. використовуються лише в розмовно-побутовому стилі, але *аспірантка, артистка, журналістка, авторка* – і в професійному мовленні);
- чоловічі прізвища на *-ко, -ук* відмінюються: *Олегові Ткачуку* (але *Олені Ткачук*), *Василя Марченка* (але *Мар'яни Марченко*), *Максимові Брикайлу* (але *Тетяні Брикайло*);
- форми ступенів порівняння прикметників та прислівників: *дорожчий, найдорожчий* (а не *більш дорожчий, самий дорогий*); *швидше, найшвидше,*

якнайшвидше, щонайшвидше (а не саме швидше, більш швидше, більш швидкіше і т.д.);

- визначення роду іменників: так, слова *шампунь, аерозоль, біль, степ, нежить, тюль, ступінь, Сибір, поні, ярмарок* – чоловічого роду; слова *бандероль, барель, ваніль, авеню, альма-матер* – жіночого; *євро, Тбілісі, табло* – середнього;

- використання іменників, прикметників тощо замість активних дієприкметників: *завідувач кафедри* (а не *завідуючий*), *виконувач обов'язків* (а не *виконуючий*), *чинний правовис* (а не *діючий*), *відпочивальники* (замість *відпочиваючі*) і т.д.

4. Лексичні (норми правильного слововживання), наприклад:

Правильно:

зіставляти
численний
нечисленний
збігатися
наступний, такий
навчальний
протягом, упродовж тижня
добре ставлення
вживати заходи
брати участь
брати до уваги
захід
висновок
укладати угоду, підписувати договір
складати іспит
накреслити, запланувати
навичка
оголошення

Неправильно:

співставляти
багаточисельний
малочисельний
співпадати
слідуючий
учбовий
на протязі тижня
добре відношення
приймати міри
приймати участь
приймати до уваги
міроприємство
заклучення
заклучати договір
здавати іспит
намітити
навик
об'ява

5. Синтаксичні (норми правильної побудови речень і словосполучень, уживання прийменників), наприклад:

Правильно:

згідно з наказом
відповідно до інструкції
проректор з наукової роботи
лекція з математики

Неправильно:

згідно наказу
у відповідності з інструкцією
проректор по науковій роботі
лекція по математиці

*робота за сумісництвом
незважаючи на це
комісія з питань
на замовлення
за формою
за допомогою
за наявності, у разі
тому що, оскільки
деякою мірою*

*робота по сумісництву
не дивлячись на це
комісія по питанням
по замовленню
по формі
при допомозі
при наявності
так як
в деякій мірі*

6. Стилістичні норми визначають вживання мовних засобів відповідно до стилю мовлення. Добір мовних елементів відповідає потребам сфер комунікації, меті і завданням висловлювання. Для офіційно-ділового стилю, наприклад, характерні мовні штампи, що зазнають викривлення внаслідок впливу російської мови. норма порушення норми обіймати посаду витяг із протоколу чинне законодавство укладати угоду займати посаду виписки із протоколу діюче законодавство заключати угоду Для наукового стилю притаманне вживання термінів з різних галузей знань, напр.: ринкові відносини, суб'єкти господарювання.

7. Графічні (норми передавання звуків і звукосполучень на письмі);

8. Орфографічні норми охоплюють правила написання слів та їх частин, вживання великої літери, написання слів разом, окремо і через дефіс, правила переносу слів.

Слова в українській мові пишуться за такими принципами:

1. фонетичним (пишуться так, як і вимовляється): книга, товариство, бульйон;
2. морфологічним (позначення на письмі складових частин слова незалежно від їхньої вимови): зчитувати, снишся, укладається;
3. історичним (традиційним) (букви, морфеми, слова пишуться за традицією, а не відповідно до існуючих норм): меншості, ясний, черговий;
4. смисловим (диференціюючим) (різне написання однозвучних слів, які мають не однакове значення): проте, про те, вдень, в день, Кривий Ріг, кривий ріг.

9. Пунктуаційні норми регулюють вживання розділових знаків: крапки, знака питання, знака оклику, трьох крапок... Вони полегшують сприймання тексту і виклад думок на папері. Сучасна українська пунктуація ґрунтується на граматичному, смислового та інтонаційного принципах. Розділові знаки,

вживані за граматичним принципом, є обов'язковими, бо зумовлені граматичною структурою речення.

Наприклад, крапка чи інші знаки у кінці речення, певні розділові знаки між частинами складного речення, при вставних конструкціях, між однорідними членами речення тощо. За смисловим принципом розділові знаки ставляться з урахуванням семантики речення та його структури, проте досить часто, особливо в рекламних оголошеннях, можна прочитати: *Фірма оптом і в роздріб продає дитячий, жіночий, чоловічий, вовняний одяг*. А правильно було б так: *Фірма оптом і в роздріб продає дитячий, жіночий і чоловічий вовняний одяг*. Це типовий приклад порушення смислового принципу вживання розділових знаків та пунктуаційної норми при однорідних членах речення. На основі інтонації ставиться крапка, знак питання, знак оклику, три крапки, а іноді й тире. Культура писемного й усного мовлення всіх, хто користується українською мовою як засобом спілкування, полягає в тому, щоб досконало оволодіти мовними нормами і послідовно дотримуватися їх.

Останні три типи мовних норм (*графічні, орфографічні, пунктуаційні*) називаються **правописними**.

Контрольні запитання

1. Яка роль мови в суспільному житті?
2. Які основні функції виконує мова?
3. Що означає поняття «...мова українського народу від часів І.Котляревського»?
4. Що означає поняття “державна” і “офіційна” мова?
5. Дайте визначення мовної норми, назвіть різновиди мовних норм, на прикладах проілюструйте їх.

Тема: «Основи культури української мови»

План

1. Культура мови в житті професійного комунікатора.
2. Комунікативні ознаки культури мови.
3. Словники у професійному мовленні. Роль словників у підвищенні культури мови.

Рекомендована література

1. Богдан С. Мовний етикет українців: традиції і скчасність. К.: Рідна мова. 1998. 476 с.
2. Іванишин В., Радевич-Винницький Я. Мова і нація. – Дрогобич, 1994.
3. Культура української мови: Довідник. К.: Либідь, 1990. 304 с.
4. Масенко Л. Мова і політика. К., 1999.
5. Радчук В. Мова в Україні: стан, функції, перспективи // Мовознавство. 2002. № 2-3.
6. Тараненко О.О. Українська мова і сучасна мовна ситуація в Україні // Мовознавство. 2001. № 4.
7. Царук О. Українська мова серед інших слов'янських. Етнологічні та граматичні параметри. Дніпропетровськ, 1998.

1. Культура мови в житті професійного комунікатора.

Мова і культура перебувають в одній поняттєвій площині і як духовні вартості органічно пов'язані між собою. Слово культура (від лат. Cultura – догляд, освіта, розвиток) означає сукупність матеріальних і духовних цінностей, які створило людство протягом своєї історії. Мова – це прояв культури. „Мова утримує в одному духовному полі національної культури усіх представників певного народу і на його території, і за її межами. Вона цементує всі явища культури, є їх концентрованим виявом". Плекаючи мову, дбаючи про її розвиток, оберігаючи її самобутність, ми зберігаємо національну культуру.

Культура мови – галузь мовознавства, що займається утвердженням (кодифікацією) норм на всіх мовних рівнях, Використовуючи відомості історії української літературної мови, граматики, лексикології, словотвору, стилістики, культура мови виробляє наукові критерії в оцінюванні мовних явищ, виявляє тенденції розвитку мовної системи, проводить цілеспрямовану мовну політику, сприяє втіленню норм у мовну практику. Культура мови має регулювальну функцію, адже пропагує нормативність, забезпечує стабільність, рівновагу мови, хоча водночас живить її, оновлює. Вона діє між літературною мовою і діалектами, народнорозмовною, між усною і писемною формами.

Культура мови невіддільна від практичної стилістики, яка досліджує і визначає оптимальність вибору тих чи інших мовних одиниць залежно від мети і ситуації мовлення.

Культура мовлення – передбачає дотримання мовних норм вимови, наголосу, слововживання і побудови висловів, точність, ясність, чистоту, логічну стрункість, багатство і доречність мовлення, а також дотримання правил мовленнєвого етикету.

Виділяють такі основні аспекти вияву культури мовлення:

- нормативність (дотримання усіх правил усного і писемного мовлення);
- адекватність (точність висловлювань, ясність і зрозумілість мовлення);
- естетичність (використання експресивно-стилістичних засобів мови, які роблять мовлення багатим і виразним);
- поліфункціональність (забезпечення застосування мови у різних сферах життєдіяльності).

Висока культура мовлення означає досконале володіння літературною мовою у процесі спілкування та мовленнєву майстерність.

2. Комунікативні ознаки культури мови

Основними якісними комунікативними ознаками, їх ще називають критеріями, культури мовлення є правильність, точність, логічність, змістовність, доречність, багатство, виразність, чистота.

Правильність – одна з визначальних ознак культури мовлення. Мова має свої закони розвитку, які відображаються у мовних нормах. Вільно володіти мовою означає засвоїти літературні норми, які діють у мовній системі. До них належать правильна вимова звуків і звукових комплексів, правила наголошування слів, лексико-фразеологічна, граматична, стилістична нормативність, написання відповідно до правописних і пунктуаційних норм.

Про деяких людей кажуть, що вони мають чуття мови. "Чуття мови" означає наявність природних, вроджених здібностей до мови, вміння відчувати правильність чи неправильність слова, вислову, граматичної форми. Це чуття можна виховати в собі тільки одним шляхом - вдосконалюючи власне мовлення.

Точність пов'язується з ясністю мислення, а також зі знанням предмета мовлення і значення слова. Уміння оформляти і виражати думки адекватно предметові або явищу дійсності зумовлюється знанням об'єктивної дійсності, постійним прагненням пізнавати реальний світ, а також знанням мови. Мовлення буде точним, якщо вжиті слова повністю відповідатимуть усталеним у цей період розвитку мови їхнім лексичним значенням. Розуміння предметно-понятійної віднесеності слова, його емоційно-експресивного забарвлення, місця

в стилістичній палітрі, сполучуваності з іншими словами - усе це в комплексі дає нам знання слова, вміння виокремити його з мовної системи. Точність досягається не лише на лексико-семантичному рівні, вона тісно пов'язана з граматичним (особливо синтаксичним) рівнем. Правильний словолад -це „душа ясности мови" (І. Огієнко). Треба так побудувати речення, щоб воно було зрозумілим без напруження думки. Отже, точність – це уважне ставлення до мови, правильний вибір слова, добре знання відтінків значень слів-синонімів, правильне вживання фразеологізмів, крилатих висловів, чіткість синтаксично-сміслових зв'язків між членами речення.

Точність мовлення залежить від інтелектуального рівня мовця, багатства його активного словникового запасу, ерудиції, володіння логікою думки, законами її мовного вираження. Точність визначається і етикою мовця. Саме повага до співрозмовника не дозволить погано знати предмет розмови.

Логічність. Дотримання цієї ознаки культури мовлення означає логічно правильне мовлення, розумне, послідовне, у якому є внутрішня закономірність, яке відповідає законам логіки і ґрунтується на знаннях об'єктивної реальної дійсності.

Логіка (від грец. - проза, наука про умовивід) - прийоми, методи мислення, з допомогою яких формується істина. Логічність виявля-ється на рівні мислення, залежить від ступеня володіння прийомами розумової діяльності. Пригадаймо безліч народних прислів'їв, які підтверджують цей органічний зв'язок: Яка головонька, така й розмовонька; Який розум, така й балачка; Хто ясно думає, той ясно говорить. Логічність пов'язана з точністю мовлення на всіх мовних рівнях, тобто знанням мови. Правильні, конструктивні думки і добре знання мови породжують логічно правильне мовлення.

Логічні помилки виявляють увесь спектр мисленнєво-сміслових порушень. Так звані алогізми виникають внаслідок:

поєднання логічно несумісних слів, напр.: *жахливо добрий, страшно гарний*; вживання семантично порожніх (зайвих) слів, тавтологія, напр.: *місяць травень, моя особиста справа, особисто я, звільнити із займаної посади, о 20 годині вечора, захисний імунітет*;

порушення порядку слів у реченні, напр.: *Успіх породжує старання*; зіставлення незіставних понять, напр.: *Структура фірми відрізняється від інших фірм*;

порушення хронологічної точності, напр.: *У XVII ст. у Львівській області*; підміна понять, напр.: *У всіх кінотеатрах міста демонструють ту саму назву фільму*; *Ревматичний діагноз не дає можливості мені ходити*; розширення чи звуження поняття, напр.: *письменники і поети*;

нечітке розмежування конкретного й абстрактного поняття, напр.: *Нам розповіли про видатного письменника і прочитали уривки з його творчості*; невідповідність причини і наслідку, напр.: *Збільшення кількості порушень залежить від того, наскільки активно ведуть з ними боротьбу*.

Багато логічних помилок можуть виникати внаслідок відступу від синтаксичних норм, наприклад, неправильної побудови ряду однорідних членів речення, вибору сполучних засобів у складному реченні, порушень смислового зв'язку між окремим висловлюваннями у тексті та ін.

Змістовність мовлення передбачає глибоке осмислення теми й головної думки висловлювання, докладне ознайомлення з різнобічною інформацією з цієї теми, вміння добирати потрібний матеріал та підпорядковувати його обраній темі, а також повноту розкриття теми без пустослів'я чи багатослів'я.

Доречність. Це такий добір мовних засобів, що відповідає змістові, характерові, експресії, меті повідомлення. Доречність мовлення – це врахування ситуації мовлення, комунікативних завдань, складу слухачів (читачів), їхнього стану, настрою, зацікавлень. По-іншому цю вимогу можна назвати комунікативною доцільністю. Передусім це використання належних мовних засобів, досягнення стильової відповідності. Наприклад, стандартні типові вислови-кліше доречні у діловому мовленні, але зовсім не доречні в розмовному. У наукових текстах недоречною буде експресивна, емоційно-образна лексика, адже там панують терміни, мова формул, графіків, схем і т. ін. Доречність – це і вміння вибрати форму спілкування (монолог, діалог, полілог), тон, інтонацію спілкування, на-магання бути тактовним. Мовознавець Н. Бабич пропонує розкривати поняття доречність з усвідомлення значення часто вживаної сполуки "до речі": „Кожний історичний і кожний конкретний сучасний момент, кожен предмет мовлення і кожен співрозмовник вимагають нетотожних мовних засобів для свого вираження. Тому мовлення має бути гнучким, динамічним, функціонально мобільним”⁸. Стильова, контекстуальна, ситуаційна доречність свідчитиме про правильну мовленнєву поведінку.

Багатство. Показник багатства мовлення – великий обсяг активного словника, різноманітність уживаних морфологічних форм, синтаксичних конструкцій. Звичайна людина використовує близько 3 тис. слів, добре освічена – 6-9 тис. слів, хоча розуміє в десять разів більше. Порівняймо: словник мови Т. Шевченка – понад 20 тис. слів. Багате мовлення – це естетично привабливе мовлення, що відображає вміння застосувати тропи, образно-емоційну лексику, стійкі вислови, урізноманітнити мову синонімами, знання синтаксичних виражальних засобів. Мати "дар слова" означає вміти так організувати своє мовлення, щоб воно вплинуло на людину не лише змістом, а

й своєю формою, чуттєвим моментом, щоб принести задоволення тим, на кого це мовлення спрямоване.

Виразність. Ця невід'ємна частина культури мовлення означає використання невичерпних ресурсів виражальних засобів української мови і лежить в основі мистецтва володіння словом. Виразність мовлення забезпечується виразністю дикції і чіткістю вимови. Великою мірою – це вміння застосовувати виражальні засоби звукового мовлення – логічний наголос, видозміни голосу, паузи, емоційну тональність, що передає настрій, оцінку, викликає потрібне сприйняття. Технічні чинники виразності - дихання, інтонація, темп, жест, міміка. Виразність мовлення — це "душа" мовлення, засіб самовираження.

Чистота. Мова тоді буде чистою, коли буде правильно звучати, коли вживатимуться тільки літературно-нормативні слова і словосполучення, будуть правильні граматичні форми. Що "каламутить" і засмічує українську мову? Зайві слова, слова-паразити, які заповнюють паузи мовлення, коли людині важко чітко висловити думку. Найчастотніші з них: ну, от, значить, там, як це, чуєш, знаєш, так сказати, типу, розумієш та ін. їх можна легко позбутися, уважно стежачи за своїм мовленням.

Недоречним є вживання діалектизмів, надмірне захоплення просторічною лексикою, канцеляризмами, запозиченнями. Вживання цих слів може бути доречним у відповідному стилі чи ситуації, а вжиті без потреби, вони роблять мову незрозумілою і важкою для сприйняття.

Не варто „пускати” у свою мову вислови жаргонні, особливо лайливі, треба поставити їм стійку перепону, основу на глибокому переконанні, що вони мають руйнівний вплив на нашу мораль і духовність. І не тільки цуратися недобрих слів самому, а не дозволяти їх вживати у твоїй присутності, адже втрадиш повагу до себе. Грубі слова, що звучать в мові людини, можуть засвідчити лише одне: ти повівся не з тим.

Чистота мовлення – це відсутність суржику.

Суржик означає штучно змішану, нечисту мову, гібрид української і російської мов, що, безперечно, є загрозою для існування рідної мови, соціальним злом. Назва сучасного терміна метафорична, адже первісне значення слова суржик – суміш зерна різних злаків і борошно з такої суміші, яке було невисоким за якістю і вживалося у важкі голодні роки. Примітно, що аналогічне мовне явище (суміш білоруської і російської мов) є в Білорусі. Воно має назву трасянка, так називали неякісний корм для худоби, в який до сіна додають („натрушують”) соломку. Спільне одне – ці змішані субмови є низьковартісними.

Суржик охоплює всі мовні рівні. Особливо потерпає від нього усне українське мовлення, а отже, вимова слів. Мовознавець Л. Масенко зазначає, що 90 % лексики цієї змішаної мови становлять російські слова, які, однак, вимовляють по-українськи. М. Лесюк зауважує, що така цифра більше стосується мовлення східних українців, у Галичині ступінь ураження може становити лише 30-40%. На фонетичному рівні ці "непрохані гості" відрізняються від автентичних українських своїм звучанням (ноль, регістратура, двойка, хожу, сижу замість нуль, реєстратура, двійка, ходжу, сиджу), запозиченим наголосом {одинадцять, чотирнадцять, повий, восьмдесят замість одинадцять, чотирнадцять, новий, вісімдесят), порушують словотворчі закони (ан-глічанка, лікарство, зварщик, осінню, весною замість англійка, ліки, зварювальник, восени, навесні), мають російські граматичні форми (у продажі, два студента, по дорозі замість у продажу, два студенти, дорогою). Надзвичайно багато лексичних калёк, напр.: не дивлячись на, фамілія, учбовий, рахую, на рахунок, любий замість незважаючи на, прізвище, навчальний, вважаю, щодо, будь-який. Інколи мовець і не підозрює про своє ураження суржиком, хоч і послуговується ним тривалий час (всьо, здача, тоже, все рівно, куда, сюда, туда замість все, решта, теж, все одно, куди, сюди, туди). Але частіше – це ознака байдужості, адже той, хто промовляє слова вроді, вообщє, тіпа, ладно, ужас, кашмар, привітєк, добре знає, що це неправильно. „То як маємо трактувати наш суржик? – наголошує О. Сербенська. - Не як нашу вину, а як нашу органічну слабість, хворобу, яку треба лікувати. Нашою виною, моральною хибою є хіба загальне лінівство, крутіїство та лизунство (І. Франко) і, як неодноразово підкреслював І. Огієнко, небажання пильно й ненастанно вчитися рідної мови, невизнання того, що існує складна наука рідної мови".

Потрібно усвідомити, що розмовляти суржиком - це ознака мовленнєво-мисленнєвого примітивізму, неосвіченості, провінційності, байдужості до своєї мовної поведінки, а отже, неповаги до української мови, свідчення неможливості професійного зростання.

Усі шляхи підвищення особистої культури мовлення передбачають тільки наполегливу і самовіддану працю. Їх можна визначити як тверді принципи і як звичайні практичні поради:

- свідомо і відповідально ставитися до слова;
- стежити за своїм мовленням, аналізувати його, контролювати слововживання, у разі потреби перевіряти за відповідним словником. Навчитися чути себе, таким чином виробляти чуття правильного мовлення;

- створити настанову на оволодіння нормами української літературної мови, на удосконалення знань. Для цього звертатися до правопису, посібників, довідників, учитися самостійно, стежити за змінами норм;
- читати художню літературу – джерело збагачення мовлення, записувати цікаві думки майстрів слова, вчити напам'ять афоризми, вірші. Таким чином можна збагатити лексичний запас, пізнати красу і силу слова, його змістові тонкощі, набуту досвіду образно-стилістичного слововживання. Так проникають у скарби мови, шліфують стиль, підвищують словесно-естетичний рівень;
- оволодівати жанрами функціональних стилів. Потрібно однаково добре вміти написати вітальну листівку, заяву, доручення, лист для електронної пошти, підготувати науковий реферат чи публічний виступ та ін.;
- активно пізнавати світ, культуру, розвивати здібності до наук — це підвищує інтелектуальний рівень особистості і віддзеркалюється у мовленні;
- удосконалювати фахове мовлення. Для цього читати фахову літературу (наукові статті, фахові газети і журнали), постійно користуватися спеціальними енциклопедичними і термінологічними словниками, набувати практики публічних виступів із фахової тематики (використовувати нагоду виступити з рефератом чи з доповіддю на студентській науковій конференції);
- прислухатися до живого слова високих авторитетів на сцені, на трибуні, за кафедрою, у храмі та в інших сферах і наслідувати найкращі зразки;
- не піддаватися впливам "модних" тенденцій, аби прикрасити мовлення екзотичним чужомовним словом, "демократизувати" жаргонізмом; уникати мовної агресії;
- намагатися не впадати в крайнощі – не бути ні сором'язливим маломовним мовчуном, ні велемовним самовпевненим балакуном, а говорити тільки тоді, коли є що сказати.

Праця над своїм мовленням викликає повагу і, без сумніву, дає результати. Шляхів вдосконалення є безліч, а процес триває усе життя.

3. Словники у професійному мовленні. типи словників. Роль словників у підвищенні культури мови.

У мовознавстві існує спеціальний розділ, що займається теорією і практикою укладання словників, – лексикографія (від грец. *lexis* - слово і *grafo* - пишу).

Словники – це зібрання слів, розташованих у певному порядку (алфавітному, тематичному, гніздовому тощо). Вони є одним із засобів нагромадження результатів пізнавальної діяльності людства, показником культури народу. Словники – скарбниця народу, у них зберігаються знання і досвід багатьох поколінь. Праця над укладанням словників вимагає глибоких знань і великих зусиль. Про це образно сказав український просвітитель початку XVI ст. Феофан Прокопович: „Якщо кого-небудь очікує вирок судді, то не слід тримати його на каторзі, доводити до знемоги його руки добуванням руди: хай він укладає словники. Ця праця містить у собі всі види покарань”.

Словники виконують інформативну та нормативну функції: вони універсальні інформаційні джерела для розуміння того чи того явища та найпевніша консультація щодо мовних норм.

Далекими попередниками словників вважають так звані глоси, тобто пояснення значення окремих слів без відриву від тексту, на полях і в текстах давніх рукописних книг. Традицію пояснювати незрозумілі і малозрозумілі слова за допомогою глос давньоруські книжники успадкували від візантійських та старослов'янських.

Збірники глос - глосарії – були першими і найдавнішими словниковими працями. Найстаріший глосарій кількістю в 174 слова знайдено в Кормчій книзі (1282). До другої половини XVI ст. глосарії-основний вид лексикографічної праці. У Пересопницькому Євангелії (1556-1561) налічується близько 200 глос. Глоси були матеріалом для перших давньоукраїнських словників.

Усі словники залежно від змісту матеріалу і способу його опрацювання поділяють два типи: енциклопедичні і філологічні. Суттєва відмінність між ними саме в характері матеріалу, який описують у словниковій статті: об'єктом опису в

Слово енциклопедія (з грец. - коло загальноосвітніх знань) первинно означало сім вільних мистецтв: граматику, риторику, логіку, геометрію, арифметику, музику та астрономію. Праці енциклопедичного характеру створювали ще до нашої ери у Давній Греції і Давньому Римі, Китаю, а також у країнах арабської писемності. У X ст. н.е. перша енциклопедія, складена за алфавітним принципом, з'явилась у Візантії. У 1751-1780 роках передові мислителі Франції – Дені Дідро, Жан Д'Аламбер, Вольтер, Шарль Монтеск'є, Жан-Жак Руссо та ін. – підготували 35-томне видання „Енциклопедії, або Тлумачного словника наук, мистецтв і ремесел”.

Першою українською енциклопедією стала „Українська Загальна Енциклопедія” у трьох томах, видана у 1930-1935 роках у Львові за редакцією Івана Раковського. Вона мала підзаголовок – „Книга знання”. У 1930-х роках в УРСР планувалося видання 20-томної енцикло-педії, але через репресії проти

української культури і її діячів цього не відбулося. Наступні науково вагомі українські енциклопедичні праці з'являються за межами України. Завдяки об'єднанню найкращих наукових сил української діаспори підготовлено і здійснено видання 10-томної „Енциклопедії українознавства” (1952-1985) за редакцією професора Володимира Кубійовича. У наш час її перевидано зусиллями НТШ у Львові (1993-2000). У далекій Аргентині протягом 1957-1967 років була створена і видана так звана Українська Мала Енциклопедія. Восьмитомну працю підготував один автор - професор Євген Онацький. Ці енциклопедії стали значним інформаційним явищем, адже поширювали у світі правдиві знання про Україну.

Енциклопедичні словники за характером матеріалу поділяють на загальні та спеціальні (або галузеві, тематичні).

Спеціальні енциклопедичні словники подають системні знання з окремих галузевих ділянок.

Численні сучасні економічні енциклопедичні словники відображають важливі зміни в економічній системі України за останнє десятиліття і відповідають великій потребі у сучасній систематизованій конкретній економічній інформації. Фахові словники допомагають здобути глибокі економічні знання, знайомлять з новими реаліями економічного буття держави, з надбанням світової економічної науки та практики.

Якщо енциклопедичні словники дають всебічні знання про світ, то філологічні заглиблюють у слово.

Поки що не вироблено однозначного критерію розподілу лінгвістичних словників. Їх класифікують за способом подання матеріалу, за спрямованістю та призначенням. Словники можуть бути одно-, дво- і багатомовними. Однак, яким би не був поділ, для всіх лінгвістичних словників характерні такі ознаки, як: 1) заголовне слово; 2) реєстр; 3) словникова стаття; 4) тлумачення, дефініція і т. ін.; 5) системність подання матеріалу¹³.

У філологічних словниках слово характеризують з найрізноманітніших боків. Тому їх поділяють на тлумачні, перекладні, історичні, орфографічні, орфоепічні, словники наголосів, іншомовних слів, термінологічні, синонімічні, фразеологічні, діалектні, етимологічні, словники омонімів, антонімів, паронімів, частотні, інверсійні, словники мови письменників, ономастичні та ін.

Тлумачні словники пояснюють, розкривають значення слова та його відтінки, вказують на граматичні й стилістичні властивості, подають типові словосполучення і фразеологічні звороти з цим словом.

Словник української мови: В 11 т. - К., 1970-1980. - Т. 1-11.

Найбільший тлумачний словник в українській лексикографії. Він містить близько 135 тисяч слів. Створив його колектив науковців Інституту

мовознавства ім. О. Потебні Академії наук України на основі матеріалу з літературних, фольклорно-етнографічних та інших джерел у широких хронологічних рамках - з кінця XVIII і до кінця XX століття. Словник подає загальноновживану лексику і фразеологію не тільки активного, а й пасивного фонду (діалектизми, архаїзми, розмовну лексику та ін.). Уживання слів і фразеологізмів проілюстровано цитатами з творів художньої літератури, преси, наукових видань. Словник має тлумачно-нормативний характер. Науковці висловлюють думку про те, що цей словник, безперечно, є досягненням лексикографії радянського періоду, проте сьогодні не цілком відповідає потребам часу.

Новий тлумачний словник української мови: У 4 т. / Уклад.: В. Яременко, О. Сліпушко; наук. ред. Л. Андрієвський. - К., 1998. Словник містить 42 тисячі слів, які відібрано із Словника української мови в 11-ти томах. Усунуто ідеологічно маркований ілюстративний матеріал, у деяких словникових статтях розширено синонімічний ряд, хоча дефініції залишено ті ж, що й в одинадцятитомнику.

Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад, і голов. ред. В.Т. Бусел. - К.; Ірпінь, 2001.

Словник містить 170 тисяч слів та словосполучень. У словник додано лексеми, що не були включені до одинадцятитомного словника, а також нові слова, які з'явилися в українській літературній мові в останнє десятиліття.

Словники іншомовних слів є різновидом тлумачних, у них пояснюється значення слів, запозичених з інших мов. У словникових статтях вказується, з якої мови прийшло слово, який мало вигляд у ній. Якщо значень декілька, наведено усі.

Термінологічні словники містять терміни певної галузі науки, техніки, мистецтва. Вони бувають загальними та вузькоспеціальними, крім того, можуть бути тлумачними і перекладними (або водночас і перекладними, і тлумачними).

Орфографічні словники подають перелік слів, а також словоформи у їх нормативному написанні. Залежно від частини мови слово має певний граматичний коментар, додаткові граматичні форми змінюваних слів тощо.

Орфоепічні словники є довідниками з правильної літературної вимови і нормативного наголосу. У словниках цього типу слова або їх частини, вимова яких не збігається з написанням, подаються в транскрипції.

Акцентологічні словники - це словники, у яких подано нормативне наголошування слів.

Найновіші словники наголосів такі:

Головащук СІ. Складні випадки наголошення: Словник-довідник. — К, 1995.

Головащук СІ. Словник наголосів української мови. — К, 2003.

Перекладні словники бувають двомовні і багатомовні. Це один із найрозвиненіших напрямів словникарства. Російсько-українські словники, що з'являлися протягом 50-80-х років (6-томний, 3-томний, одностомні), були тенденційними, не відображали багатства питомої української лексики.

Сьогодні в Україні є багато перекладних словників з різних мов світу: англійської, французької, німецької, болгарської, польської, чеської, іспанської, італійської, турецької, китайської та ін. Деякі з них мають тематичний характер, особливо часто стосуються власне ділової сфери.

Словники скорочень подають складноскорочені слова та аббревіатури, розшифровують їх, вказують на граматичні ознаки роду та числа, подають відмінкові закінчення при змінних формах.

Етимологічний словник подає інформацію про походження слова, його первісне значення, найдавнішу форму, зазначає, чи слово споконвіку належало мові-основі, чи воно запозичене, яким шляхом відбувалося запозичення, містить наукові припущення щодо того, як слово утворилося і яка ознака покладена в основу назви.

Історичний словник – це один із різновидів тлумачного словника, в якому подають слова певної історичної епохи, зафіксовані в тогочасних писемних пам'ятках, з'ясовують їх значення, наводять ілюстрації.

Діалектні словники з'ясовують значення та особливості вимови і вживання слів певного діалекту чи групи діалектів.

Фразеологічні словники містять фразеологічні одиниці мови, пояснюють їхнє значення, особливості вживання, походження, можливі варіанти у живому мовленні. Фразеологічні словники бувають одно-мовні тлумачного характеру (тлумачать значення стійкого вислову) і перекладні (подають фразеологічні одиниці певної мови і фраземи-відповідники з іншої мови).

Ономастичні словники є цікавим джерелом інформації про власні імена і прізвища, назви населених пунктів, гір, річок, озер тощо. Іноді вони мають науково-популярний характер.

Словники синонімів охоплюють групи слів, об'єднаних спільним значенням.

Словники омонімів реєструють і пояснюють значення слів, одна-кових за звучанням, але різних за значенням.

Словник антонімів подає групи слів, що мають протилежне значення.

Словник паронімів розкриває значення слів, близьких за звучанням, але різних за значенням.

Словники мови письменників містять слова і звороти, які використав той чи інший письменник у своїй творчій спадщині. Це словник тлумачного типу, бо в ньому розкрито всі значення слів, з якими вони функціонують у мові письменника.

Морфемні та словотвірні словники. Морфемний словник подає структуру слова, словотвірні – словотвірні гнізда і словотвірні ряди.

Частотні словники засвідчують частоту вживання слів у певний час. Існує понад 600 опублікованих і комп'ютерних (на дискетах) частотних словників для 40 мов світу.

Інверсійний словник - це словник, в якому слова розташовані за алфавітом кінця слова. Він є корисним для вивчення словотвору і фонетики.

Словники-довідники з культури мови допомагають закріпити лексичні, морфологічні та інші норми української літературної мови, адже подають проблемні випадки слововживання.

Звичайно, зазначені словники не вичерпують усього багатства української лексикографії, а є лише основними сучасними зразками опрацювання слова. „Щодо повноти словників, – говорив М. Рильський, – то слід зазначити, що повний словник будь-якої мови – це ідеал, до якого можна лише прагнути і якого ніколи не можна досягти, бо кожен день і кожна година приносять людям нові поняття і нові для тих понять слова”.

Контрольні запитання

1. Що передбачає культура мови?
2. Окресліть основні аспекти вияву культури мовлення
3. Проаналізуйте основні якісними комунікативними ознаками культури мовлення.
4. Назвіть словники, що фіксують орфографічні норми.
5. Яка роль словників у підвищенні культури мовлення?

Тема: «Етикет ділової людини»

План

1. Діловий етикет: сутність, принципи і функції.
2. Ділова атрибутика
3. Мовний, мовленнєвий, спілкувальний етикет.
4. Стандартні етикетні ситуації. Парадигма мовних формул

Рекомендована література

1. Богдан С. Мовний етикет українців: традиції і счасність. К.: Рідна мова. 1998. 476 с.
2. Іванишин В., Радевич-Винницький Я. Мова і нація. – Дрогобич, 1994.
3. Конституція України. К., 1996.
4. Культура української мови: Довідник. К.: Либідь, 1990. 304 с.
5. Масенко Л. Мова і політика. К., 1999.
6. Радчук В. Мова в Україні: стан, функції, перспективи // Мовознавство. 2002. № 2-3.
7. Тараненко О.О. Українська мова і сучасна мовна ситуація в Україні // Мовознавство. 2001. № 4.
8. Царук О. Українська мова серед інших слов'янських. Етнологічні та граматичні параметри. Дніпропетровськ, 1998.

1. Діловий етикет: сутність, принципи і функції.

1. Етикет – це сукупність правил, які регламентують зовнішні вияви людської поведінки. Етикет (франц. etiquette – ярлик, етикетка) – сукупність правил (правил «доброго тону»), які регламентують зовнішні вияви людської поведінки (ставлення до оточення, форми звернень і привітань, поведінку в громадських місцях тощо).

До етикету належать також церемоніальні вимоги, дотримання яких вимагає обов'язкової форми поведінки (наприклад, дипломатичний етикет).

Діловий етикет - встановлений порядок поведінки, що задовольняла би всіх учасників, які обговорюють певну проблему. В офіційній сфері діє міжнародний принцип, за яким ставлення до особи визначається її чином чи посадою, яку вона займає. У цій сфері кожна особа є представником фірми, організації, навіть держави, і тому етикетні правила вимагають ставитися до неї з повагою, незалежно від віку чи статі

Службовий етикет – це сукупність найдоцільніших правил поведінки людей там, де відбувається їхня професійна діяльність — на виробництві, в будь-якій організації.

Дотримання правил і вимог етикету є обов'язковим для всіх, це сприяє створенню сприятливого клімату для людей, зайнятих загальним виробничим процесом.

Великі фірми та корпорації створюють власні Кодекси честі чи Правила поведінки, в яких передбачено етичні норми взаємин та правила службового етикету.

Принципи ділового етикету:

принцип стійкості першого враження – у перші хвилини спілкування необхідно скласти позитивне враження про себе;

принцип передбачуваності поведінки в різних бізнес-ситуаціях. Якщо ви знаєте правила етикету і дотримуетесь їх, цим ви говорите оточуючим: «Я надійний і постійний, я завжди додержуюсь своїх зобов'язань і знаю, як себе вести»;

принцип «безстатевого товариства». На роботі немає ні чоловіків ні жінок, є тільки статусні відмінності. Це значить, що базисні правила громадянського етикету не переносяться на роботу;

принцип доречності: певні правила в певний час, у певному місці, з певними людьми;

принцип наявності «емоційного» інтелекту як показника рівня успіху;

принцип позитивності – ви повинні позитивно ставитись до колег і клієнтів, якщо вам нема чого сказати позитивного, краще мовчати;

принцип розумного егоїзму – виконуючи свої робочі функції, не заважаєте іншим виконувати свої.

Службовий етикет охоплює правила й ритуали поведінки людини у процесі виконання службових обов'язків. Більшість його правил є неписаними, не зафіксованими у певному регламенті, але їх слід неухильно дотримуватися. Змістом таких правил є невимушене, доброзичливе, уважне повсякденне ставлення до інших, незалежно від їх посад чи службового становища, увага до жінок, повага до старших.

2. Ділова атрибутика

1. Візитні картки
2. Ділові подарунки
3. Діловий одяг
1. Візитні картки

«Візитна картка керівника – вміння подобатись підлеглим»

Історія застосування візитних карток

Візитним карткам як елементу ділових стосунків не було місця в існуючій командно!адміністративній системі, тоді як наші іноземні партнери, особливо в

розвинутих країнах Європи і Америки, завжди приділяли їм належну увагу. Уперше візитні картки почали застосовувати в Китаї у III столітті під час розквіту Сунської культури. Китайським чиновникам спеціальним указом включалось в обов'язки мати візитні картки на червоному офіційному папері.

В XVI-XVII ст. візитівками вже користувались мешканці Венеції і Флоренції.

Перша друкована візитна картка, що знайдена в Німеччині, відноситься до 1786 року. Широке застосування вони отримали у Франції під час правління Людовіка XIV. Кожен дворянин у XVIII ст. користувався декількома видами візиток. На той час при створенні візитних карток перш за все враховувався соціальний стан їх володаря. Чим вищою була посада, тим значнішою виглядала візитка.

У кінці XIX ст. вигляд візитної картки змінився. Став переважати більш діловий стиль, візитка почала виконувати суто інформаційні функції. На ній почали вказувати окрім ім'я та прізвища, титул, рід занять та адресу її володаря.

Для сучасних карток головне – їх інформативність та функціональність. Недарма англійською мовою назва візитки – business card. В організації, яка турбується про свій імідж, візитні картки мусять бути виготовлені в одному стилі і одній кольоровій гамі, й різнитись для працівників різного рівня якістю оформлення.

Сьогодні візитні картки використовуються в таких випадках:

- інформування в момент знайомства про себе і свою фірму чи підприємство;
- інформування про себе осіб, у контактах з якими зацікавлені;
- підтримання контактів з партнерами, поздоровлення зі святом чи іншою знаменною подією;
- вираження подяки, співчуття, а також супроводження подарунка чи квітів.

Зазвичай таку картку виготовляють з білого тонкого матового картону (розмір 5 x9 см), на якому друкарським способом чітко зазначено прізвище, ім'я та іншу інформацію (назву організації, посаду, адресу, телефони, номер електронної пошти тощо), яку особа хоче про себе повідомити. Шрифт має бути таким, щоб добре читався, інформація подається стисло, але зрозуміло; картка повинна мати стандартний розмір

Типи оформлення візитних карток

Світова практика має досвід використання візитних карток, які різняться за функційним призначенням. Найбільш поширені такі:

1. Стандартна картка містить назву установи, прізвище, ім'я, по батькові (друкують великими літерами), посаду, службову адресу, телефон (іноді

стільниковий), використовується під час знайомства, що передбачає подальші стосунки.

2. Картка, що використовується зі спеціальною представницькою метою, містить прізвище, ім'я, по батькові, посаду, назву організації, але адреси й номерів телефонів не зазначено. Таку візитну картку вручають, коли хочуть уникнути подальших контактів.

3. Картка неофіційних намірів – прізвище, ім'я, по батькові та місце проживання.

4. Сімейна візитна картка – прізвище, ім'я, по батькові кожного з членів подружжя, номер телефону.

Ділова візитна картка зазвичай друкується державною мовою тієї країни, яку представляє її власник. Для ділових стосунків з іноземними партнерами можна з іншого боку візитки продублювати текст іноземною мовою, що полегшить знайомство та встановлення ділових стосунків, проте краще мати для цього односторонні візитки, виготовлені мовою іноземних партнерів.

Візитки можуть мати складну форму – у вигляді однозгинного чи двозгинного буклету, із висічною чи прорізуванням. Такі картки містять більшу частину інформації, і, як правило, є корпоративними.

Зустрічаються також візитні картки з кольоровим фото її власника. Бувають візитні картки, складені вдвічі, як книжечка, із зазначенням розташування фірми, під'їзду до неї, місця стоянки автомобілів. Із розширенням ділових зв'язків виникає необхідність мати візитні картки іноземною мовою (мовою країни партнера). Більшу перевагу мають односторонні візитки, на звороті яких можна щось написати, хоча й двосторонні теж можуть мати місце.

Азбука користування візитними картками

Розглянемо основні положення азбуки користування візитними картками:

1. Направлення візитної картки рівноцінне візиту.
2. Більш ввічливо залишати візитну картку особисто.

Обмін візитними картками ведеться за рангами, починаючи з вищих чинів.

Вручати візитну картку треба повернутою для читання, що свідчить про увагу до отримувача. Особа, якій передається візитна картка, виражаючи повагу, повинна обов'язково назвати ім'я господаря, наприклад: *Дуже дякую, Іване Івановичу!*

Обміни візитними картками, зазвичай, супроводжуються легким поклоном. Щоб не помилитись в іменах, візитні картки краще покласти перед собою в такому ж порядку, як знаходяться перед вами партнери. Не можна робити на чужих візитках позначки, м'яти її на очах у господаря. Такі дії можуть бути сприйняті як образа і неповага.

Візитна картка, що її власник, особисто відвідуючи, залишає для особи, яка не змогла його прийняти з поважних причин, повинна бути із загнутим куточком. Дехто надає значення тому, як і який кут візитної картки загнутий – верхній чи нижній, а також з якого боку. Щоб уникнути непорозумінь, пов'язаних з неправильним у різних країнах тлумаченням загину, рекомендується загинати правий верхній кут картки на 1/4 так, щоб було чітко видно його слід, а потім розправити картку. Загнуту картку залишають в офісі, в резиденції партнера або у нього вдома. Це свідчить про те, що ви особисто залишили її, а це ознака найбільшої поваги і шаноби.

У разі зміни адреси варто надіслати діловому партнеру (разом з новою) стару візитну картку. Новий номер телефону можна, у крайньому разі, написати і від руки.

Візитну картку, що подається через посередника (кур'єра чи водія) або поштою, загинати не потрібно. Бажано, якщо потрібно, написати декілька слів на картці і вкласти її в конверт. Заклеюють конверт лише в тому випадку, якщо передається через колегу чи партнера, коли там міститься особисте послання. Такий запис не дасть змоги використати її будь-якою сторонньою особою в корисних цілях. Якщо картка залишається особисто, надпис на конверті робиться олівцем, якщо ж надсилається поштою,-- то авторучкою.

Якщо ви надсилаєте візитні картки в одному конверті для декількох осіб, то в лівому верхньому кутку кожної з них треба написати прізвище людини, якій вона призначена.

Візитні картки не підписуються й дата на них не ставиться.

3. Відповіді на візитні картки необхідно давати протягом доби і також візитними картками.

Перебуваючи у чужій країні під час національних свят, ви повинні першим поздоровити своїх партнерів. Не лякайтесь, що, наприклад, в Японії не зрозуміють аббревіатуру відповідних французьких виразів. Існуючі правила, норми і традиції, стандартна міжнародна символіка однаково розуміються в усіх цивілізованих державах. На візитних картках можна робити і більш розгорнуті написи, звичайно від третьої особи, й найчастіше внизу, наприклад:
...дякує за увагу.— Найкращі побажання до Нового року.— ...щиро дякує.—
...бажає всього найкращого, —...вітає з днем іменин.

Заочне представництво в країні перебування, звичайно, здійснюється таким чином. Перш за все, ви знайомитесь з консулом, послом чи будь-якою офіційною особою досить високого рангу в посольстві своєї країни. Проінформувавши його про мету свого візиту і бажання познайомитися з особою, що вас зацікавила, ви берете його візитну картку.

Картка консула – гарантія серйозності ваших намірів, і якщо бізнесмен, що вас зацікавив, готовий з вами познайомитися, він вишле вам свою візитну картку. У такому разі ви телефонуєте за вказаним у ній номером і домовляєтесь про зустріч.

Від'їжджаючи з країни перебування, свої візитні картки з аббревіатурою Р.Р.С. ви залишаєте своїм партнерам, з якими б бажали підтримувати стосунки і в подальшому.

4. Після знайомства першим, звичайно, передає свою картку особа, що займає нижчу посаду. Якщо партнери знаходяться приблизно на одному рівні, то першою подає картку особа, молодша за віком. У разі виникнення сумніву щодо цього, за старим французьким протоколом, вручає свою візитну картку першим той партнер, який виявився більш ввічливим. У гостях першими вручають візитку господарі.

5. У резиденції подружжя неодружені чоловіки залишають дві візитні картки: одну -- для чоловіка, іншу – для дружини.

6. Подружжя в будинку іншого подружжя залишає дві візитні картки: одну (картку дружини) – для чоловіка, іншу (спільну) – для дружини.

У Великій Британії сімейні картки не застосовуються. Тому в цій країні, перебуваючи в резиденції подружжя, залишайте одну картку для чоловіка, іншу – для дружини.

7. У будинку неодруженого чоловіка жінка свою картку не залишає. У США на візитних картках неодружених чоловіків і неодружених жінок, а також сімейних картках вказується адреса. На картці одруженого чоловіка адресу не вказують, оскільки мається на увазі, що вона залишається разом із сімейною картою, де адреса вказується. Ім'я вказується після Mr. для чоловіків і Mrs. для одружених жінок; Miss пишуть на візитних картках молодих жінок, яким минуло 18 років. На «візитках» неповнолітніх осіб молодше цього віку вказується лише ім'я і прізвище.

8. Після знайомства з жінкою чоловік зобов'язаний, не пізніше ніж протягом тижня, направити їй свою картку для її чоловіка, навіть якщо він не був йому відрекомендований. Було б найкраще перед тим, як зробити цей ввічливий жест, самому відрекомендуватися чоловіку, якщо він не відсутній.

Мета такого жесту чітка: створити якомога розгалужену мережу контактів.

Цілком можливо, що через деякий час хтось із подружжя вам знадобиться.

9. Якщо жінка знайомиться з іншою жінкою і має намір в подальшому підтримувати з нею стосунки, якщо вона старша, або ж жінка, що знайомиться, заміжня за чоловіком, становище якого в суспільстві або на службі вище становища її чоловіка, то вона першою залишає свою картку. Заміжня жінка залишає дві картки -- свою і чоловіка.

10. Гостям, присутнім на сніданку, обіді чи вечері (виключаючи запрошення на чай), слід відправити господарям листи з подякою або залишити в будинку господарів протягом тижня візитну картку.

11. Особи, що обіймають високі посади, знаходячись в іншій країні проїздом, залишають свої візитні картки протягом 24!х годин після приїзду, відповідати на них слід також не пізніше як за добу.

З візитками можна надіслати подарунки (квіти, альбоми, книги, журнали, квитки в театр, на виставку, програми, фотографії), іноді їх посилають разом з листом або просто у конверті. Візитна картка – це вираз індивідуального стилю й іміджу її власника, а також стратегії маркетингу підприємства.

При замовленні візитної картки необхідно обговорити тип, колір, шрифти, розташування реквізитів так, щоб ця картка дійсно могла охарактеризувати і особу, і рід її занять.

Ділові подарунки

«Навіть найкрасивіша дівчина Франції
може дати лите те, що в неї є»
Французький вираз

У діловому світі, як і в повсякденному житті, заведено робити подарунки, дарувати речі з фірмовими знаками чи у фірмовій упаковці. Подарунок – це дзеркало, в якому відбиваються відносини між тим, хто приймає, і тим, хто його дарує. Подарована річ може розповісти про марнотратство чи безкорисливість, щедрість чи неймовірну жадобу, мудрість чи безтактовність, наявність почуття гумору чи його недовіки.

Справжній подарунок – це гармонійне поєднання уподобань того, хто отримав подарунок, і почуття смаку того, хто подарував. Однак необхідно знати, що тут потрібні міра і такт, свої суворі, відпрацьовані багатьма роками правила.

Особливості вибору ділових подарунків

Ще в далеку давнину подарунки називались дарами, бо високий іноземний гість ніколи не приїжджав у чужу країну з порожніми руками, а привозив багаті дари, які являли собою предмети дійсно високої вартості – вироби з золота і срібла, багаті тканини і хутра, зброю і прикраси. В свою чергу після завершення відразу високого гостя його також обдаровували по-царські.

Сьогодні подарунки в ділових відносинах ділять на дві категорії:

- сувенірні – блокноти, ручки, запальнички, недорогі книги тощо;
 - цінні – дорогі подарункові видання, дорогі ручки, вази, сервізи, картини тощо.
- Подарунок – і з певного приводу, і несподіваний (сюрприз) – завжди має не лише свою пряму вартість, а й певну *конотацію* (від лат. *connotatio* – додаткове

значення) – оцінно-емоційне «співзначення», а тому по-різному сприймається адресатами.

Так, сувеніри дарують людям малознайомим, за незначні послуги, а також близьким знайомим з приводу незначної події. Іноземцям слід дарувати лише ті сувеніри, які відображають особливості країни перебування.

Не слід вручати цінні подарунки посадовим особам, від яких певним чином залежите. Це ставить у незручне становище цю особу і може бути розцінене нею як хабар. У багатьох країнах існує правило, згідно з яким державний службовець передає державі всі подарунки, вартість яких перевищує певну суму.

Підлеглому незручно підносити подарунок своєму начальнику. Але як бути, коли у керівника ювілейна дата? У таких випадках рекомендується вручати подарунок керівнику від усього колективу.

У процесі встановлення й розвитку ділових контактів з партнером обмінюються цінними подарунками.

При першій зустрічі подарунки, зазвичай, роблять господарі. Треба обов'язково подарувати що-небудь прибулому діловому партнерові як ознаку того, що на нього дивляться як на почесного клієнта і розраховують на довге й плідне співробітництво. У наступних зустрічах обмін подарунками стає обов'язковим.

Завжди бажано уявляти, кому конкретно буде робитись подарунок, причому чітко за рангом. Якщо вручити керівникові корпорації такий самий подарунок як і його заступникові, це може бути розглянуто як зневага, образа.

Вартість подарунка звичайно ніякого значення не має і залежить тільки від ваших можливостей. Виняток – дорогі речі: пам'ятайте, що, роблячи своєму партнеру такий подарунок, ви ризикуєте поставити його в скрутне становище. З одного боку, він може відчувати, що не заслужив його, з іншого – змушений відповідати таким же дорогим подарунком, а це не завжди відповідає його бажанню чи можливостям.

Не слід обмежуватись і дрібними сувенірами, бо у такому випадку ви можете набути репутації надмірно ощадливого. Найоптимальнішим подарунком є той, який відповідає нахилам і стилю партнера, характеру особистого до нього ставлення.

Інколи буває так, що, даруючи річ, людина постає перед проблемою: зняти цінник чи дарувати разом з ним, якщо його зняття завдасть шкоди подарункові. Всі знають, якою б коштовною не була річ, дарувати її з цінником – це ознака поганого виховання. Але й псувати річ не потрібно, достатньо ручкою чи олівцем затушувати ціну. Разом з тим в деяких випадках наявність цінника на подарунку можлива.

Купувати подарунок треба заздалегідь. Необхідна річ, що, на вашу думку, повинна сподобатись, може трапитись випадково. Бажано набратись терпіння і притримати її до певної дати чи випадку. Тоді вона стане справжнім подарунком.

Намагайтесь вибрати щось оригінальне, цікаве, начебто вибираєте подарунок для себе або близьких людей. До вибору сувенірів необхідно відноситись уважно. У подарунок бажано вкласти видумку, винахідливість, гумор, щирість – словом, все, на що ви здатні.

При діловому візиті в іншу країну доречно дарувати художньо оформлені вироби -- скульптури, гравюри, пам'ятні медалі, настінні тарілки, платівки, що нагадують про вашу країну або, ще краще, і про вашу фірму. Універсальним подарунком вважається книга, яку можна вручити будь-якій людині і з будь-якого приводу. Намагайтесь вибрати подарункове, гарно оформлене видання, враховуючи інтереси вашого партнера. До речі, книги підписує лише автор, упорядник або видавець, офіційний спонсор.

Не бажано дарувати матрьошки та самовари. Намагайтесь не повторюватись з подарунками. Подарунок буде «соліднішим», якщо його прикрасити гравіруванням, тисненням або стікером з емблемою вашого підприємства. Який би незвичайний подарунок ви не зробили, краще спочатку поцікавитись, яку річ було б приємно одержати людині, котру ви хочете привітати.

Вручаєте ви не тільки подарунок, але й частку себе, своїх думок, надій та щирих найкращих побажань. У подарунку відображається ваш образ, характер і ставлення до людини.

Керівникові організації, який зустрічає, можна подарувати картину або чеканку. Колекціонеру завжди приємно одержати новий експонат для колекції. Вибираючи подарунки від фірми (corporate gifts) важливо не перейти ту межу, яка розрізняє щиру вдячність і хабар. Тут можна зупинити свій вибір на традиційних ручках, органайзерах, візитницях. В якості бізнес-подарунка може бути будь-яка річ, що допомагає людині спланувати свій день.

За достатньо тісного знайомства можливі й такі подарунки, як національні напої, солодоші, приладдя для куріння, вироби із шкіри, кераміки, скла, бурштину чи металу. Однак пам'ятайте, що жінці, навіть яка палить, ніколи не дарують приладдя для куріння, тютюнові вироби, а також міцні напої. Як виняток шампанське, колекційне десертне або сухе вино можна дарувати жінці, але не молодій. І то в тому випадку, коли ви впевнені, що це не буде сприйнято як натяк на тяжке минуле чи як перевірка на витривалість без алкоголю.

Напої краще дарувати людині, що колекціонує певні їх види після попереднього обговорення. Якщо ви подаруєте велику коробку шоколадних

цукерок жінці, схильній до повноти і яка намагається схуднути, то це навряд чи принесе їй задоволення.

Людина, яка хоче залишитись незалежною, ніколи не прийме в подарунок дорогі ювелірні прикраси. Дарувати біжутерію може означати або недолік смаку або коштів.

Непристойно дарувати також предмети туалету (шкарпетки, сорочки, капелюхи, парфуми тощо), виняток – краватка, яка за певних умов вважається допустимим сувеніром.

Вибираючи подарунок, подумайте і про вік партнера, якому він призначений. Це не означає, що є речі, спеціально призначені для молодих та літніх, однак намагайтесь проявити певний такт, щоб не поставити в незручне становище літнього чоловіка занадто яскравою краваткою, а дівчину – сірою хустиною.

Оформлення і вручення подарунків

Оформляючи подарунок, важливо виявити гарний смак: загорнути його в яскравий барвистий папір, перев'язати стрічкою, додати свою візитну картку або святкову листівку. Подарунок без упаковки або в поліетиленовому пакеті – це зневага до людини. Упаковка надає подарунку не тільки чарівності і принадності, це данина традиції. В отримувача чи дарувальника не завжди може виникнути бажання зразу ж демонструвати подарунок, що може відображати ступінь і глибину взаємин.

Зовсім непросте питання, як дарувати речі. Від того, як ви піднесете свій подарунок, залежить і те, який він матиме ефект. Має значення навіть те, даруєте ви його особисто чи через спільного знайомого. Дарувати потрібно тактовно, з приємними словами, короткими побажаннями, жартом.

Дарування – це церемонія. Бажано підготувати нескладні репліки, знайти відповідні слова і, відкинувши трафарет, відзначити неповторність людини, якій вручається подарунок.

Як вже зазначалось, згідно з діловим протоколом першими вручають подарунки господарі при першій зустрічі. Другий обов'язковий подарунок вручається гостям перед від'їздом. У свою чергу, гості повинні мати хоча б один подарунок, який може вручатися в будь-який момент відповідно до розвитку взаємовідносин.

Вручати подарунки краще за все перед завершенням переговорів, наприкінці зустрічі.

Не можна дарувати вживані речі, за винятком антикваріату, коштовностей, які підносяться тільки в особливих випадках, наприклад, на ювілей. Подарунком для фірми може бути і що!небудь з оргтехніки, самовар для чаювання, мікрохвильова піч і навіть автомобіль. Хорошим подарунком була б продукція

вашого підприємства, що водночас стала б рекламою вашого товару і вказувала на шляхи до співробітництва. Подарунки фірмі вручаються на загальних зборах її працівників за урочистих обставин.

Вибір і вручення квітів

Основна риса бізнес-букету – елегантність. Елегантність – це не те, що впадає у вічі, а те, що залишається в пам'яті. Флористичні композиції, що претендують на елегантність, як правило, мають чіткі контури і вміщують в собі оригінальну ідею, реалізовану мінімумом засобів.

Коли вас запрошують додому, то найкращий подарунок -- живі квіти. Якщо, з'явившись на свято, ви вручаєте квіти господині у передпокої, їх можна залишити в упаковці. Якщо двері вам відчинив хтось із членів сім'ї, то, перш ніж заходити до кімнати, зніміть упаковку, і залишіть її у вітальні.

Дарувати загорнуті квіти можна при зустрічі в аеропорту, на вокзалі, при передачі кур'єром, при цьому необхідно вкласти в них свою візитну картку.

Горщики з квітами дарують лише в тих випадках, якщо відомо, що господарям вони подобаються, і вони не проти такого подарунку. Корзини з квітами дарують на ювілеї; сучасні композиції квітів дозволяють зробити їх неповторними. Головне тут замисел, оригінальність ідеї, яку вона несе, знання уподобань людини, якій вони призначені.

Зовсім необов'язково дарувати великі букети. Можна обмежитись і маленьким букетиком, навіть однією квіткою. Недарма японці підкреслюють:

Одна квітка краще, ніж сто, передає розкіш відтінків.

У цілому слід зауважити, що у всіх випадках квіти – приємний подарунок, особливо, якщо вони підібрані зі смаком. Як би не змінювались наші погляди, квіти залишаються невід'ємним атрибутом усіх церемоній: хрестин і поховання, весілля і дипломатичних переговорів, зустрічі і прощання – будьякі урочистості чи знаменні дати немислимі без квітів.

У минулі часи існувала азбука квітів -- кожна щось означала. У наш час цією азбукою не завжди користуються.

Особливо будьте уважні з іноземними партнерами. Наприклад, французи сприймуть гвоздики і хризантеми як символ нещастя. У цьому їх підтримують японці та іспанці. А ось англійці, голландці, італійці і греки приймуть ці квіти з подякою. Житель Люксембурга вважатиме, що йому дарують сміття!

Етикет отримання подарунка

Приймати подарунок також потрібно тактовно: розгорнути його, якщо дозволяє ситуація, в присутності особи, яка подарувала, оцінити увагу і смак даруючого, виразити задоволення та подякувати. Дуже неввічливо відкласти подарунок не розгорнувши його. Якщо ж подарунок вам не до вподоби, намагайтесь навіть натяком не виявити незадоволення; будь-який подарунок

треба приймати з радістю. Виражаючи подяку і захоплення, зробіть це так, щоб не засоромити інших гостей, що прийшли зі скромнішими подарунками або взагалі без них.

За офіційних обставин розгортати подарунки не обов'язково. У Китаї це вважається за необхідність, тим самим обдарований демонструє, що подарунок прийнято, а от в арабських країнах робити цього не слід. За посланий чи переданий через третю особу подарунок бажано подякувати відразу по телефону чи коротеньким листом.

Відмовитися від подарунка можна лише у тому випадку, коли прийняти його непристойно або подарунок настільки дорогий, що спонукає вас відчувати себе боржником. Неправильно було б спочатку вагатися, піддаючись умовлянням, а потім все!таки прийняти подарунок. Якщо ви, не вагаючись, вирішили не приймати подарунок, то знайдіть достатні аргументи, щоб пояснити відмову твердо, але ввічливо.

Приймаючи подарунок, треба пам'ятати, що людина, яка вибирала його, хотіла зробити вам приємне. Інше питання -- вдалося їй це зробити чи ні.

Бажання порадувати партнера, виявити повагу, зняти напругу в стосунках -- цінніше самого подарунка.

Етика ділових стосунків зобов'язує, що на отриманий подарунок відповісти тим же. Щоб не забути, який подарунок було отримано, бажано вести їх облік, це дозволить не повторювати свій презент. Якщо ви не розраховували отримати подарунок, але відчуваєте, що необхідно відповісти тим же, не гаючись відправте свій подарунок, це можна зробити протягом десяти днів.

Діловий одяг

«Ми рідко до кінця розуміємо, чого ми на_
справді хочемо»

Ф. Ларошфуко

У минулі часи одяг відображав належність людини до певної соціальної групи, професії. У багатьох випадках форма одягу строго регламентувалась, і ніхто не смів її порушувати. Особливо суворі вимоги були при дворах.

У наш час вимоги до одягу не такі категоричні. Але й тепер в розвинутих демократичних країнах керівники фірм, офісів надають великого значення зовнішньому виглядові своїх працівників. Практика показує, що до акуратно одягнених людей виявляється більш уважне ставлення оточуючих.

Нині кожен може одягатись, як він забажає на свій смак. Але саме це робить людину відповідальною за свій зовнішній вигляд. Широкий вибір одягу дає змогу кожному повною мірою виявити свій смак, почуття прекрасного, нарешті, почуття міри, а також підкреслити переваги або приховати недоліки своєї фігури.

Однак чимало ситуацій сучасного життя вимагають певної форми одягу. Це, найперше, протокольні заходи. Протокол, наприклад, не дає змоги жінці з'явитися на офіційному прийомі в міні-спідниці. Винятком з правил було вручення американці Мері Куант у 1966 р. ордена Британської імперії за моду носити міні-спідницю. На церемонії в Букінгемському палаці авторка моди на міні-спідниці була в цьому одязі, зовсім несумісному з придворним етикетом.

Непоодинокі випадки, коли чоловіків чи жінок, які приходили до послів у різних справах, але були одягнені в потерті джинси, шорти або міні-спідниці, не допускали в посольства. Прийнято не пускати в ресторани відвідувачів у шортах, без краватки.

Підвищені вимоги до одягу людей, які відправляються до театру, на концерти класичної музики і, звичайно, на офіційний прийом. Строгим має бути одяг для відвідування заходів, які поєднують у собі святковий і офіційний характер. Це, зокрема, урочисті засідання, ювілейні концерти, в яких беруть участь державні діячі, послы, зарубіжні гості.

Форма одягу – найкраща характеристика людини, це свого роду ієрогліф, що відображає особистість зі всіма звичками і нахилами її. Естетика костюма має не менше значення в житті людини, ніж естетика поведінки. Неохайність в одязі рівноцінна моральному самогубству. Уміння одягатися належить як до науки і мистецтва, так і до звичок та почуттів. На думку Оноре де Бальзака: «Справа не стільки в костюмі, скільки в умінні його носити».

Вимоги до одягу для чоловіків

Ніхто не буде заперечувати, що стиль одягу чоловіка впливає на його успіх у ділових колах, а правильно підібраний костюм сприяє створенню його іміджу. Розвиток ділового стилю в чоловічому одязі подібний, швидше, до спокійної річки, ніж до примхливого потоку. Ділові кола не надто страждають від випадкових впливів, і тому костюм бізнесмена досить консервативний.

Чоловік повинен бути:

- солідним і впевненим у собі;
- діловим і привабливим;
- порядним, що викликає довіру;
- не без претензії на вишуканість і елегантність.

Мистецтво поєднання елементів костюма, як відзначав у свій час визнаний спеціаліст у діловому одязі Дж.Т.Моллой, завжди повинне враховувати лінію, фактуру, стиль і, головне, колір. Невдале комбінування кольору може зробити зовнішність людини невиразною (світло-сірий костюм, блакитна сорочка, світло!блакитна краватка) чи зухвало крикливою (жовтого-ряча краватка з малюнком, зелена сорочка).

Краватка. У наведених прикладах краватка повністю повторює колір одного з елементів, а поєднання костюма і сорочки досить привабливе. В інших випадках, якщо комбінація костюма і сорочки бліда, то її можна оживити контрастною краваткою. Наприклад, сірий костюм, блакитна сорочка і темно-червона краватка.

Отже, для однотонного костюма ми маємо три основні варіанти:

- однотонна сорочка -- однотонна краватка;
- сорочка з малюнком -- однотонна краватка;
- однотонна сорочка -- краватка з малюнком.

З костюмом у смужку не слід одягати сорочку в клітинку, тому що клітинки дисонують зі смугами костюма і не поєднуються з його діловим серйозним стилем. Тут більш доречі однотонна блакитна чи біла сорочка, а смуги на костюмі і поєднання їх кольору із сорочкою освіжають загальний вигляд.

Смугастий костюм і смугаста сорочка – також «граюча» комбінація, якщо смуги одного з її елементів не надто строкаті і не виділяються. Важче знайти правильне поєднання у випадку, коли і костюм, і сорочка, і краватка мають малюнок. «Не працює», наприклад, варіант з яскраво вираженими смугами на костюмі і такими ж яскравими діагональними смугами на краватці. Таке поєднання буде виграшним, коли окремі смуги менш виражені. До смугастого костюма з однотонною сорочкою більше пасують краватки в горошок, з ромбиками, трикутниками тощо.

Для костюма в клітинку сорочка повинна бути тільки однотонною, краватка – без чіткої направленості малюнка або одноколірною. Наприклад, синій костюм нудних барв освіжить яскраво-блакитна сорочка, особливо якщо вона буде в тон клітинкам костюма. Гарного ефекту можна досягти світло-сірою чи блакитною краваткою.

Цікаво, що поєднання коричневих і синіх кольорів надає зовнішньому вигляду авторитетності і солідності. Можливий такий варіант: коричневий чи синій костюм у клітинку, блакитна сорочка і краватка з абстрактним малюнком синіх і коричневих тонів.

Для костюма бурих чи золотистих кольорів у поєднанні з нейтральною білою сорочкою підійде краватка, що підкреслює буру чи золотисту складову костюма.

У ділових ситуаціях не слід надавати перевагу одягу яскравих забарвлень, оскільки такий костюм привертає до себе увагу і вимагає особливо вибагливого смаку і певного досвіду.

Від поєднання сорочки з краваткою змінюється загальний вигляд будь-якого костюма. У літньому варіанті найкраще світлий костюм-трійка, світла однотонна сорочка, темна краватка. Ефект – незвичайна свіжість зовнішнього

вигляду в поєднанні з діловитістю. Непоганий і спортивний варіант: такий же костюм без жилетки і яскрава краватка!метелик.

Краватка – це головний показник смаку і статусу чоловіка, тому при її виборі необхідно:

- Покладатись тільки на себе.
- Довжина краватки має бути такою, щоб у зав'язаному вигляді вона досягала до пряжки пояса.
- Ширина краватки повинна відповідати ширині лацканів піджака.
- Краща тканина: шовк, вовна і бавовна.

Дуже гарно виглядає синтетична тканина «під шовк» чи її суміш із шовком.

Гладенький шовк трохи блищить, а плетений не має блиску. Шовкові краватки пасують до різних тканин і підходять до різних ситуацій. Вовняна в'язана краватка більше підходить до спортивного одягу. Краватка із вовняної тканини – до теплої спортивної куртки. Краватка з тонкої вовни, хоч і схожа на шовкову, але на відміну від неї не блищить, що надає їй менш манірного вигляду. Краватки з бавовняної тканини повинні бути легкими і за кольором, і за вагою. Їх носять влітку. Краватки з льону також гарні, але вони швидко втрачають вигляд. Віскозні краватки швидко втрачають форму і виглядають жалюгідно.

Вимоги до одягу для жінок

Немає невродливих жінок, є жінки, які не знають, як зробити себе вродливими

Ж. де Лабрюйєр

Дослідження показують, що не тільки чоловіки, але й жінки немов навмисне одягаються так, щоб зазнати фіаско. Жінки в одязі припускають три головні помилки:

- дають змогу індустрії мод цілком визначати вибір свого одягу;
- схильні перебільшувати значення власної привабливості;
- дають можливість своєму соціальному походженню впливати на манеру одягатися.

Дехто неправильно вважає, що жінці, щоб досягти службового успіху, потрібно наслідувати в одязі чоловіків. Звичайно, нічого поганого немає, коли жінка одягнута у брючний костюм із синтетики. Але дослідження показують, що такий костюм не сприятиме діловому успіху. Інша справа – гарний костюм зі спідницею (з натуральних тканин). Він підкреслює авторитет жінки і її високий життєвий рівень.

Спідниця повинна бути темного кольору на щільному поясі, краще із вовняної тканини.

Для ділової жінки менш придатна сукня, але якщо вона її одягає, то кращим кольором сукні вважається темно-синій, коричневий, сірий, світло-сірий. Менше пасують зелений, яскраво-жовтий, ніжно-голубий, світло-рожевий.

Названі кольори визначені для однотонної тканини без малюнка, якій і повинна надаватись перевага.

Деякі гадають, що одяг створює жінку. Звичайно, це не зовсім так. І чоловіку, і жінці для ділового успіху необхідні також розум, освіта, честлюбство, стимули.

У жіночому одязі більш, ніж у чоловічому, відображається її індивідуальний стиль і особистий характер. У відомій казці «Попелюшка» успіх мала не сукня, а дівчина у сукні. І яку б сукню не одягла А.Кареніна у Л.Толстого, було видно жінку, а не сукню. Хоча буває і так, що на окремій людині одяг видно, а самої людини – немає.

Зачіска, макіяж, біжутерія повинні гармонійно доповнювати діловий костюм. Зачіска має бути строгою, але разом з тим елегантною. Прикрас має бути якомога менше, але в той же час не можна від них відмовлятися зовсім.

Носити краще дорогі прикраси. Косметика має бути помітною із близької відстані. Парфуми слід використовувати у такій кількості, щоб їх запах лише трохи відчувався. І, звичайно, це мають бути дорогі парфуми відомих фірм.

3. Мовний, мовленнєвий, спілкувальний етикет.

Мовний етикет – це сукупність правил мовної поведінки, які представлено в мікросистемі національно специфічних стійких формул і виразів у ситуаціях установа контакту зі співбесідником, підтримки спілкування в доброзичливій тональності.

Мовний етикет як соціально-лінгвістичне явище виконує такі функції:

- контактнопідтримувальну – встановлення, збереження чи закріплення стосунків адресата й адресанта;
- ввічливості (конотативну) – прояв чемного поводження членів колективу один з одним;
- регулятивну – така функція регулює взаємини між людьми у різних спілкувальних ситуаціях;
- впливу (імперативну, волонтеративну) – передбачає реакцію співбесідника;
- звертальну (апелятивну) – привернення уваги, здійснення впливу на співбесідника.

Наявність цих функцій підтверджує думку, що мовний етикет являє собою своєрідний механізм, за допомогою якого може відбутися ефективне спілкування.

Усі названі функції мовного етикету ґрунтуються на комунікативній функції мови.

Мовленнєвий етикет – це реалізація мовного етикету в конкретних ситуаціях спілкування, вибір мовних засобів вираження.

Мовленнєвий етикет – поняття ширше, ніж мовний етикет, і має індивідуальний характер. Мовець вибирає із системи словесних формул найбільш потрібну, зважаючи на її цінність.

Український мовленнєвий етикет, на думку лінгвіста М. Стельмаховича, – це національний кодекс словесної добропристойності, правила ввічливості. “Він сформувався історично в культурних верствах нашого народу і передається від покоління до покоління як еталон порядної мовленнєвої поведінки українця, виразник людської гідності й честі, української шляхетності та аристократизму духу... “Мовознавець С. Богдан зазначає, що мовленнєвий етикет українців є унікальною, універсальною моделлю їх мовної діяльності. Знання цієї системи, а ще більше – повсякденна їх реалізація, гармонія знань і внутрішнього світу людини, без перебільшень, є своєрідним барометром духовної зрілості нації.

У постійних системних відношеннях із словесними формулами ввічливості перебувають немовні (невербальні) засоби вираження. Сукупність мовних і немовних засобів спілкування, якими послуговуються у різних комунікативних ситуаціях, становить **спілкувальний етикет**.

Спілкувальний етикет – це система, яку мовці відтворюють за правилами, узвичаєними в певній мовній спільноті. Йому властива національна своєрідність, ідіоетнічність. В українців, наприклад, здавна побутує пошання форма звертання на **Ви** до старших за віком, посадою, незнайомих, до батьків.

Суттєвою ознакою мовного етикету українців є вживання форми кличного вдмінка у звертанні, наприклад: *Петре, Надіє, колего, друже*.

Існують формули мовного етикету. Відомо, що спілкування можливе за наявності: мовця, адресата, до якого звернена мова; мети і теми мовленнєвої діяльності.

За умовами і змістом мовної ситуації вирізняють різновиди мовного етикету: звертання, привернення уваги, вітання, знайомство, запрошення, прохання, порада, погодження, згода, незгода, вибачення, скарга, втішання, докір, комплімент, несхвалення, побажання, вдячність, прощання.

Вислови мовленнєвого етикету, закріплені за певними ситуаціями, являють собою готові формули не лише з точки зору їх морфолого-синтаксичної структури, а й з точки зору їх лексичної наповненості.

4.Стандартні етикетні ситуації. Парадигма мовних формул

Під час виконання професійних обов'язків безліч разів повторюються стандартні, стереотипні спілкувальні ситуації, що мають етикетний характер.

Авторитетний фахівець з проблем спілку вального етикету Ярослав Радевич-Винницький чітко визначає ці етикетні ситуації, що репрезентуються парадигмою мовних формул, якими варто послуговуватися і добре їх знати.

Вітання та побажання

Вітання - це "слова або жести, звернені до кого-небудь під час зустрічі на знак прихильного ставлення до когось". Доброго ранку!

Добрий день (добридень, здрастуйте, здорові будьте)! Добрий вечір (добри вечір)! Доброї ночі! Доброго здоров'я!

Вітаю (тебе; Вас)!

Радий (тебе; Вас) вітати!

Мое шанування!

Дозвольте Вас привітати!

Слава Україні! - відповідь: Героям слава!

Хай живе...

З приїздом Вас!

Поздоровляю Вас!

Здоровлю з...

Зичу радості, успіхів!

Вінішую Вас з...

Зі святом Вас!

Вітаю з днем народження!

З настанням Нового року!

З передноворіччям!

З прийдешнім Новим роком!

Вітаю з передноворіччям!

Бажаю (зичу) щасливого Нового року!

З настанням Нового року

З неділею святою будьте здорові!

Зі святом будьте здорові!

Дай, Боже, щастя! - відповідь: Дай, Боже, здоров'я!

Слава Ісусу Христу! - відповідь: Слава навіки!

Христос рождається! - відповідь: Слав і те Його

Христос Воскрес! - відповідь: Воістину воскрес!

Бажаю (зичу) Вам здоров'я, щастя, успіхів, усіляких гараздів!

Щасливих Вам свят!

Вузлики на пам'ять! Правила вітання

Першим вітається:

- *молодший зі старшим;*
- *підлеглий з керівником;*
- *чоловік із жінкою;*
- *молода жінка з літнім чоловіком.*

Незалежно від віку, статі, посади:

- *той, хто проходить повз когось або переганяє його;*
- *той, хто підходить до гурту;*
- *той, хто заходить у приміщення.*

Словесні вітання слід супроводжувати невербальними знаками:

- *жінки - плавним нахилом голови;*
- *чоловіки - легким схилянням верхньої частини тулуба і/або голови;*
- *молоді люди - такими ж, але трохи нижчими поклонами.*

Вітаючись, треба:

- *привітно усміхнутися і дивитися людині у вічі;*
- *вийняти цигарку з рота, а руки з кишень;*
- *зняти темні окуляри;*
- *чоловікові підвестись і стояти доти, доки жінка не сяде або не піде.*

Першим руку подає:

- *старший молодшому;*
- *жінка чоловікові;*
- *соціально вищий соціально нижчому;*
- *подають тільки праву руку.*

У руку цілують:

- *тільки заміжніх і старших жінок;*
- *дівчат цілують у щічку;*
- *руку жінки беруть за пальці, підносять і в легкому нахилі голови цілують у тильну сторону пальців або ж у передню частину тильної сторони долоні;*
- *під час поцілунку чоловік має зняти капелюха і рукавиці.*

Отже, вітайтеся завжди привітно, незалежно від того, який у вас настрій.

Звернення до незнайомої людини

Стандартна послідовність фраз у розмові з незнайомою людиною може мати таку послідовність:

1. Вітання: *Доброго ранку (Добрий день! Добрий вечір!).*

2. Вибачення і прохання: *Вибачте, що затримую Вас! Скажіть, будь ласка, ... (Будьте ласкаві, скажіть Чине могли б Ви сказати...).*

3. Подяка: Щиро (сердечно) дякую Вам за ... (Щиро вдячний за...).

4. Вибачення: Пробачте, що затримав Вас (Даруйте, що завдав Вам клопоту).

5. Прощання: До побачення! (Бувайте здорові! Усього Вам найкращого! Хай щастить!).

Привернення уваги до себе

Щоби привернути до себе увагу особи, потрібно:

- спочатку звернутися до неї зі словами вибачення:

Прошу вибачення! Перепрошую! Будь ласка, пробачте! Прошу пробачити!

- коли особа виявить увагу поглядом, мімікою, реплікою продовжити розмову: *Скажіть, будь ласка! Дозвольте запитати! Чи можна на хвилинку зайняти Вашу увагу? Чи можна Вас запитати? Чи дозволите на хвилинку відірвати Вас від справ?*
- репліки - відповіді адресата: *Я Вас слухаю! Я до Ваших послуг! Чим можу Вам допомогти? Прошу!*
- якщо таких реплік не було чи вони мали відмовний характер (Даруйте, не можу Вам допомогти; На жаль (вибачте), я зайнятий), потрібно перепросити і відійти.

Знайомлення

Знайомлення - "встановлення контакту між людьми із повідомленням ними чи про них комунікативного мінімуму інформації, потрібної для спілкування".

Цей мінімум становить:

- ім'я чи ім'я і прізвище;
- ім'я і по батькові;
- всі три компоненти;

Залежно від ситуації спілкування та статусних ознак партнера можна назвати:

- фах комуніканта;
- посаду;
- заклад навчання, місце роботи;
- місце проживання;
- позапрофесійні інтереси.

Знайомлення без посередника

Будьмо знайомі!

Я хочу (хотів би) з Вами познайомитися!

Мені конче треба з Вами познайомитися!

Ви не проти, щоб ми познайомилися?

Чому б нам не познайомитися?

Дозвольте відрекомендуватися!

Після цих формул ідуть фрази самоназивання: *Моє ім'я...; Моє прізвище Мене звати...; Я-....*

Знайомлення здебільшого відбувається у формі такого діалогу:

- *Будьмо знайомі! Моє ім'я Тарас (Бондаренко).*
 - *Андрій (Васильович; Шелудько). Дуже приємно! (Мені дуже приємно з Вами познайомитися! Радий знайомству з Вами!).*

Знайомлення через посередника:

Дозвольте представити (відрекомендувати) Вам...;

Дозвольте познайомити Вас із...;

Познайомтеся, це...;

Познайомтеся, будь ласка, це ...;

Знайомтеся, будь ласка. Це мій...

Особа, якій відрекомендовують, може висловити свої почуття такими фразами:

Дуже приємно!

Я вже чув про Вас;

Мені (надзвичайно) приємно з Вами познайомитися!

Я радий знайомству з Вами!

Мудрі поради

* *Жінкам не бажано знайомитися з чоловіками без посередника (крім службових, професійних взаємин).*

* *Своє ім'я (прізвище, по батькові) треба вимовляти розбірливо, без поспіху, достатньо голосно.*

* *Знайомляться через посередника стоячи.*

* *Руку першим подає той, кому відрекомендовують.*

* *Під час знайомства варто усміхатися, мати щирий вираз обличчя.*

Порада, пропозиція

Порада - "пропозиція, вказівка, як діяти за яких-небудь обставин, допомога добрим словом у скруті; рада".

Я дуже раджу Вам...;

Я пропоную Вам...;

Я би радив Вам...;

Дозвольте порадити Вам...;

Може б, Вам...;

Вам слід (варто)...

Адресат має на пропозицію відповідно відреагувати, обов'язковими мають бути слова подяки:

Я Вам щиро вдячний (щиро дякую) за пораду! Я нею неодмінно скористаюся.

Я не зможу скористатися з Вашої пропозиції (поради), але я щиро дякую за неї!

Дякую за пораду (пропозицію)! Я мушу добре її обміркувати (подумати над нею)!

Згода

Згода - "позитивна відповідь, дозвіл на що-небудь, вияв бажання щось робити".

Добре!

Будь ласка!

Прошу!

Згоден!

Погоджуюся!

Мушу погодитися!

Доведеться погодитися!

Авжеж; авжеж, що так!

Гаразд;

Звичайно;

Ви маєте рацію;

Безперечно;

Поза всяким сумнівом. Я ж так і знала!

І я такої ж думки;

Очевидно, це саме так;

Так воно і є;

З приємністю (із задоволенням).

Відмова

Відмова – "відповідь про небажання або неможливість виконати прохання, наказ і тощо". Певна річ, ви не завжди можете задовольнити прохання, прийняти ту чи іншу пропозицію і тому змушені відмовити. Відмова має бути коректною, доброзичливою й переконливою. А щоб пом'якшити тон відмови, на початку речення треба вживати слова: на жаль, шкода, дуже шкода, на превеликий жаль, щиро жалкую, вибачте, мені дуже прикро, перепрошую.

На жаль, ніяк не можу погодитися;

Шкода, але про це не може бути й мови;

Даруйте, але я тушений Вам (тобі) відмовити;

Дуже шкода, але я не погоджуюсь;

Я б дуже хотів (Мені дуже хотілося б), але...;

Перепрошую, мені треба подумати (мушу порадитися, я маю спо-чатку це обміркувати).

Розрада

Розрада – "те, що приносить заспокоєння в горі, печалі". Лексико-граматичним засобом вираження розради є дієслово у формі наказового способу однини або множини:

Не переживай (те)!

Не хвилюйся (теся)!

*Заспокойся (тесь)!
 Не журись (іться)!
 Опануйте себе!
 Не бери (іть) собі це так близько до серця!
 Викинь (те) це з голови!
 Не думай (те) про це!
 Не звертай (те) на це уваги!
 Сподівайся (теся) на краще!*

Для висловлення розради можна послуговуватися й іншими граматичними конструкціями: Не варто про це думати! Це все дрібниці! Всяке буває.

*Це не твоя (Ваша) провина.
 Все буде добре (гарзд).
 Ти (Ви) маєш (єте) сподіватися на краще.*

Співчуття

Співчуття – "чуйне ставлення до людини в її переживаннях, стражданнях, нещасті, горі.

*Прийми (іть) моє глибоке (щире) співчуття;
 Дозволь (те) висловити тобі (Вам) моє щире співчуття;
 Я розумію твоє (Ваше) горе;
 Я поділяю твій (Ваш) смуток
 Я горюю разом із тобою (Вами)*

Висловлювання співчуття зазвичай супроводжується потиском руки, а жінки (за умови близького знайомства з адресатом) обнімають і цілують його (її).

Схвалення

Схвалення – визнання адресатом чиїхось дій, вчинків, рішень, слів правильними.

*Ти (Ви) правильно вчинив (ли) (сказав, виступив);
 Дуже правильний (розумний, доречний) вчинок;
 Ти (Ви) прийняв (ли) надзвичайно вдале (розумне, продумане) рішення;
 Я в захопленні від твого (Вашого) вчинку (виступу).*

За нормами доброго тону особа, вчинок якої схвалено, має належно відреагувати. З цією метою можна скористатися такими формулами:

*Дякую!
 Це тобі (Вам) тільки здається;
 Мені приємно, що ти (Ви) оцінив (ли) мій вчинок;
 Я не вартий таких слів;
 Те ж саме я можу сказати і про тебе (Вас).*

Ці фрази супроводжуються не вербальними засобами вираження вдячності; ввічливим кивком голови, приязною усмішкою.

Зауваження, докір

Зауваження – це докір, закид, вказівка на помилки у поведінці, висловлення невдоволення.

*Я змушений зробити тобі (Вам) зауваження;
 Ти (Ви) не зовсім добре вчинив (ли) (зробив (ли), сказав (ли));
 Ти (Ви), напевно, недостатньо це обміркував (ли) (продумав (ли) як слід);
 Тобі (Вам) так робити (говорити) не личить;
 На мою думку, цей вчинок не робить тобі (Вам) честі;
 Твій вчинок виходить за межі етичних норм;
 Це було недобре.*

Залежно від предмета розмови і змісту зауваження адресат може висловити:

а) вибачення:

*Вибач (те), я помилився;
 Я не хотів (не мав наміру) чинити тобі (Вам) прикроці;
 Я це зробив не навмисно;
 Мені дуже неприємно! Вибач (те)!*

б)заперечення:

*Даруй (те), ти (Ви) мене неправильно зрозумів (ли);
 На мою думку, твоє (Ваше) зауваження не цілком обгрунтоване (цілком безпідставне, необгрунтоване);
 Перепрошую, а в чому, власне, річ?*

Мудрі поради

Як критикувати, не ображаючи

Якщо ви бажаєте навчитися робити зауваження, критикувати так, щоб не образити людину, то:

- *вказуйте на помилки, робіть зауваження лише віч-на-віч;*
- *уникайте прямої критики;*
- *робіть це по-дружньому;*
- *похваліть те, що ваш співбесідник виконує як слід;*
- *покажіть чи розкажіть, як правильно було б виконати те чи інше завдання, здійснити певний вчинок;*
- *переконайте співбесідника в тому, що він зможе поводитися як слід за певних обставин, зуміє впоратися з дорученою справою;*
- *попросіть вибачення за зроблене зауваження, особливо тоді, коли людина старша від вас за віком або незнайома.*

Людина, яка засуджує і висміює помилкові думки й погані вчинки інших людей, повинна мати особливу силу переконання, а для цього, крім гострого ока, необхідно володіти і не менш цінним мистецтвом -ясно викладати думки (М. Ларра).

Висловлення сумніву

Сумнів – невпевненість щодо слухності, правдивості, вірогідності того, що висловив співрозмовник.

Так?

Хіба?

Невже?

Та невже? Правда?

Ти (ви) справді так вважаєш (те)?

Цю інформацію ти (Ви) отримав (ли) з надійного джерела?

І я в це маю повірити?

Вельми сумніваюся, що...

Вам краще видно, але...;

Воно ніби переконливо, проте...;

Мені хотілося б вірити, однак...;

Мені важко сказати, чи...

Висловлення власного погляду

На мій погляд;

На мою думку;

На моє переконання;

Я (глибоко) переконаний, що...;

Я думаю, що...;

Наскільки я розумію... ;

Я хочу (хотів би) підкреслити, що...;

Як на мене, то...;

Я глибоко переконаний, що...;

Можливо, моя думка (тобі, Вам) видасться неслухною, аіе...;

Мушу зауважити, що...

Я думаю (вважаю) так:...;

На завершення (розмови, дискусії) вважаю за доцільне (потрібне) ще раз сказати (повторити)...

Така моя думка.

У текстах наукового стилю особові та присвійні займенники традиційно вживаються у формі множини: на нашу думку; як нами встановлено: на завершення підсумуємо сказане нами; ми дійшли такого висновку.

Комплімент

Комплімент – "це приємні, люб'язні слова, похвала, лестощі". Призначення компліменту – зробити приємне співрозмовникові, викликати взаємну симпатію.

Стиль компліменту залежить від статі, соціального становища адресата, від характеру взаємин із ним, від ситуації спілкування.

Найчастіше хвалять людину за вчинки, за характер, за зовнішній вигляд, одяг, зачіску, дітей. Набір етикетних формул в українській мові стереотипний, наприклад:

У тебе (Вас) такий чудовий вигляд!

Ти (Ви) так чудово виглядаєш (єте)!

У тебе (Вас) бездоганний вигляд!

Ти (Ви) така красуня!

У тебе (Вас) такі красиві очі!

Ти (Ви) така чарівна!

Ти (Ви) маєш (єте) тонке почуття гумору (витончений смак, прекрасні манери);

З тобою (Вами) так приємно спілкуватися;

У тебе (Вас) ангельський характер;

Ти (Ви) - унікальна й неперевершено господиня!

Ти (Ви) прекрасний співбесідник!

Ти (Ви), як завжди, прекрасно (неперевершено) виступив (ли); Ти (Ви) рідкісний фахівець!

За правилами етикетної поведінки комплімент потребує словесної відповіді адресата:

Дякую!

О, дякую за комплімент!

Ви так люб 'язні!

Мені приємно це чути!

Ви мені лестите!

На жаль, це лише комплімент.

Правила вживання компліментів

1. Не кажіть людині того, що їй неприємне або зовсім не властиве.
2. Комплімент не повинен бути багатозначним.
3. Повинен бути щирим: мовлення адресата має супроводжуватися теплими інтонаціями, не удаваною усмішкою.
4. Варто уникати незрозумілих слів.
5. Комплімент має відповідати ситуації спілкування.

6. Не ввічливо говорити компліменти малознайомим або незнайомим людям.
7. Не варто відразу "віддячувати" компліментом за комплімент, а особливо говорити про партнера те саме, що почули від нього.
8. Відповідь на комплімент має бути співзвучною змістові.
9. Не варто скупитися на добре слово - вчімося говорити компліменти.

Мудрі поради психологів

- Набагато корисніше говорити людям приємні речі, підтримувати і підбадьорювати їх, щиро захоплюватися їхніми досягненнями, аніж принижувати їх гідність;
- Починати і закінчувати ділову бесіду компліментом на адресу співрозмовника (існує багато підтверджень того факту, що більше ви говорите компліментів іншим, то більше добрих слів чуєте у відповідь, вас починають вважати милим, чуйним і навіть привабливим; коли співрозмовник помічає, що ви проявляєте свої почуття щодо нього, він значно швидше відкривається вам);
- Ніколи не обзивати і не ображати співрозмовника, краще сказати: "Мені соромно за Вас", "Не чекав від Вас такого" тощо;
- Спілкуючись з людьми, краще називати їх по імені, це приємно, як і комплімент (Ю. І. Палеха).

Прощання

Прощання – "слова, які вимовляються перед розлукою, розставанням".

До побачення

Будь (те) здоров (і)!

Бувай (те)!

До зустрічі!

Дозвольте попрощатися!

Добраніч (На добраніч! Доброї ночі!)

До завтра!

На все добре!

Усього (тобі, Вам) найкращого! Хай (тобі, Вам) щастить! Прощайте!

Щасливі будьте! Будьте щасливі!

Прощальним фразам можуть передувати такі фрази:

Уже пізно;

Мені пора;

Будемо прощатися;

Шкода (жаль), але я мушу йти;

Ми прекрасно провели час;

Дякую (тобі, Вам) за зустріч! Вдячний за все!

Даруй (те), що так довго тебе (Вас) затримав.

Не буду більше зловживати твоїм (Вашим) часом (терпливістю, твоєю (Вашою) гостинністю);

Не можу (тебе, Вас) довше затримувати.

Лексична компетенція

Словом **прощай (те)** послуговуються тоді, коли прощаються із тим, хто відходить у вічність. За українським звичаєм, після слова Прощай! говорять: Хай тобі буде земля пером! Вислів Хай буде земля пухом є калькою з російської мови.

Отже, типові етикетні ситуації мають багатий арсенал словесних формул, семантико-стилістичні властивості яких дають можливість мовцеві зробити правильний вибір, врахувавши структуру комунікативної ситуації, взаємини із співрозмовником, його вік, стать, соціальне становище.

Контрольні запитання

1. Діловий етикет: сутність, принципи і функції етикету.
2. Ділова атрибутика
3. Окресліть особливості діловий протокол як форми ієрархічного порядку
4. Як Ви розрізняєте поняття «мовний», «мовленнєвий», «спілкувальний» етикет?
5. Назвіть парадигму мовних формул, якою послуговуються під час вітання?
6. Хто має вітатися першим?
7. Як знайомляться без посередника і з посередником?
8. Які словесні формули використовують у процесі знайомлення?
9. Як привернути до себе увагу?
10. Які словесні формули Ви вживаєте для висловлення власного погляду?
11. За що говорять комплімент і як його треба робити?
12. Які словесні засоби використовують для висловлення сумніву?